

UNIVERSIDADE EUROPEIA

FACULDADE DE TURISMO E HOSPITALIDADE

**A IMPORTÂNCIA DOS EVENTOS CULTURAIS PARA AS UNIDADES
HOTELEIRAS DA GUARDA**

Miguel Barroco de Abreu

Dissertação de Mestrado em Gestão do Turismo e da Hospitalidade

Dissertação orientado por:

Inês Carvalho

Lisboa, 2020

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Gestão do Turismo e da Hotelaria

Dissertação de Mestrado elaborada sob a orientação de

Prof^ª. Doutora Inês Carvalho, Professora Auxiliar Universidade Europeia

Miguel Barroco de Abreu

50033827

Lisboa, 2020

Declaração de autoria

O conteúdo deste relatório é da exclusiva responsabilidade do(a) autor(a). Mais declaro que não incluí neste trabalho material ou dados de outras fontes ou autores sem a sua correta referência. A este propósito declaro que li o guia do estudante sobre o plágio e as implicações disciplinares que poderão advir do incumprimento das normas vigentes.

Data

Assinatura

Agradecimentos

Em primeiro lugar, gostava de agradecer à minha família, nomeadamente aos meus pais, irmã e tio por todo o apoio demonstrado ao longo desta etapa, pelo qual estarei para sempre grato.

À minha orientadora, professora Inês Carvalho. Quero agradecer por todos os conselhos e toda a ajuda que me deu nos últimos meses para a conclusão deste trabalho.

Por último, quero agradecer ao meu grupo de amigos pela preocupação demonstrada e pelas palavras de incentivo ao longo do percurso, em especial à Margarida pela motivação e carinho incondicional.

Resumo

O turismo, ao longo das últimas décadas, tornou-se um setor fundamental para o desenvolvimento económico e para o dinamismo dos municípios, concelhos, regiões e países. Atualmente, com a crescente valorização do tempo de lazer e de entretenimento, o turismo é um fator que contribui para a mobilidade populacional, tanto em território nacional como internacional. Este fator leva os municípios e os agentes envolvidos a apostar em estratégias de diferenciação de modo a retirar os benefícios desta atividade.

Com o aumento do turismo, as atividades culturais começaram a ter uma maior procura e os municípios procuraram ir ao encontro do interesse das pessoas, investindo em eventos culturais. O município da Guarda fez uma aposta na cultura, tendo dinamizado vários eventos culturais ao longo dos anos. As particularidades da cidade da Guarda e o contínuo investimento por parte do município em eventos culturais desafiam diariamente as unidades hoteleiras a promoverem os seus serviços e a atraírem novos clientes. A irregularidade das taxas de ocupação ao longo do ano devido à sazonalidade é uma realidade e uma barreira ao crescimento das mesmas.

Neste contexto, o presente trabalho de dissertação procura fazer um estudo acerca de qual a importância dos eventos culturais para as unidades hoteleiras do município da Guarda. Nesta investigação, foi utilizado um método qualitativo de modo a atingir os objetivos propostos. Foram realizadas dez entrevistas, sete a diretores de unidades hoteleiras e três a órgãos do município diretamente envolvidos na organização dos eventos dinamizados na cidade. Os resultados mostram que os eventos culturais dinamizados na cidade são realizados em alturas específicas do ano, o que contribui para o combate à sazonalidade. Estes eventos têm uma duração maioritariamente superior um dia, o que incentiva à pernoita dos visitantes na cidade. Quanto à comunicação interinstitucional, apesar de ter lacunas e ser praticamente unidirecional, ainda assim, não impede a existência de resultados positivos para as unidades hoteleiras.

Os eventos culturais demonstram ter um impacto positivo nas unidades hoteleiras, permitindo que haja um aumento da procura e dinamização das ofertas. Os eventos estão a contribuir positivamente para a evolução do setor hoteleiro na cidade da Guarda.

Palavras-chave: Turismo; Turismo Cultural; Eventos; Eventos Culturais; Unidades Hoteleiras; Guarda.

Abstract

Over time, tourism has become a fundamental sector for the economic development and for the dynamism of cities, towns, regions and countries. Currently, in a context where entertainment and leisure are increasingly valued, tourism is contributing for the mobility of the population, both in the national and the international territory. This leads cities and involved agents to invest in differentiated strategies in order to benefit from this activity.

Tourism growth leads to an increasing demand for cultural activities, and cities seek to invest in cultural events in order to fulfill people's needs. The city of Guarda has invested in culture and has organized several cultural events over the years. The singularities of Guarda and the steady investment of the city in cultural events, challenge the hotel industry to promote their services and attract new clients. The irregularity of the occupancy rate across the year due to seasonality is a barrier to the growth of hospitality units.

In this context, the present dissertation intends to study the importance of cultural events for the hospitality units in Guarda. In order to achieve the proposed objectives, this investigation used qualitative methods. In total, ten interviews were conducted, seven to managers of hospitality units and three to members of the municipal agency directly involved in the organization of events in the city. The results indicate that the events occur in specific periods of the year, which contributes to counter seasonality. Usually, these events last more than one day, which encourages overnight stays. In regard to interinstitutional communication, despite the existence gaps and it being almost unidirectional, it does not prevent the existence of positive outcomes for the hospitality units.

Cultural events demonstrate a positive impact in the hospitality units, allowing for an increase in demand and offering dynamization. Events are positively contributing to the progression of the hospitality sector in Guarda.

Keywords: Tourism; Cultural Tourism; Events; Cultural Events; Hospitality Units; Guarda.

Índice Geral

Agradecimentos	iv
Resumo	v
Abstract	vii
Índice Geral	viii
Índice de Figuras	x
Índice de Tabelas	xii
Lista de Siglas, Abreviaturas e Acrónimos	xiii
1. INTRODUÇÃO	1
2. REVISÃO DE LITERATURA	3
2.1 Turismo	3
2.2 Turismo e Desenvolvimento Regional	5
2.3 Turismo Cultural	6
2.4 Eventos	8
2.4.1 Tipo de Eventos	10
2.4.2 Benefícios dos Eventos	12
2.5 Eventos Culturais	14
2.5.1 História dos Eventos Culturais	15
2.5.2 Componentes de Eventos Culturais	16
2.6 Guarda	17
2.6.1 Guarda, a Cidade	17
2.6.2 Guarda a Nível Turístico	19
3. METODOLOGIA	21
3.1 Relevância do Estudo	21
3.2 Objetivos do Estudo	22
3.3. Método de Recolha de Dados	23
3.3.1 Entrevistas - Método Qualitativo	24

3.3.2	Seleção dos Participantes	24
3.3.3	Análise de Dados	27
4.	RESULTADOS E DISCUSSÃO	29
4.1	Resultados	29
4.1.1	Unidades Hoteleiras	29
4.1.2	Município	33
4.1.3	Comparação das Perspetivas do Município e das Unidades Hoteleiras	38
4.2	Discussão de Resultados	40
5.	CONCLUSÃO	44
5.1	Considerações Gerais	44
5.2	Limitações da Investigação	45
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
	APÊNDICES	50

Índice de Figuras

FIGURA 1. AUMENTO DO NÚMERO DE DORMIDAS NO MUNICÍPIO DA GUARDA	19
--	----

Índice de Tabelas

TABELA 1. VISITANTES POR NACIONALIDADE DO POSTO DE TURISMO	19
TABELA 2. UNIDADES HOTELEIRAS EM ESTUDO	25
TABELA 3. EVENTOS EM ESTUDO	25
TABELA 4. PARTICIPANTES DAS ENTREVISTAS.....	26
TABELA 5. TÓPICOS EM ANÁLISE	28

Lista de Siglas, Abreviaturas e Acrónimos

ECOC – *European Capital of Culture*

FIT – Feira Ibérica do Turismo

ICAA – Setor Intervenção Cultural, Animação e Associativismo

MICE – *Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*

OTA’S – *Online Travel Agencies*

TMG – Teatro Municipal da Guarda

1. INTRODUÇÃO

Ao longo da história, foi possível assistir à alteração da organização da sociedade. Fatores decisivos como a globalização, o avanço tecnológico e as novas oportunidades de trabalho foram decisivos nas crescentes necessidades populacionais. Hoje em dia, a crescente valorização do tempo de lazer e de entretenimento contribui positivamente para a mobilidade populacional, quer em território nacional quer internacional. Como consequência, o turismo tornou-se um setor fundamental na maioria das economias desenvolvidas, levando os municípios e agentes envolvidos a apostarem na diferenciação de estratégias com vista a maximizar os benefícios inerentes.

O aumento do turismo levou também ao aumento da procura por atividades culturais, consequência da vontade populacional de adquirir novos conhecimentos, conhecer diferentes tradições e costumes das regiões. Deste modo, as cidades procuraram ir ao encontro do crescente interesse mencionado, investindo na organização de eventos culturais. Atualmente, este tipo de eventos é responsável pela atração de novos visitantes às cidades, tendo impacto em diferentes áreas de interesse como a área social, económica ou da hotelaria. A cidade da Guarda procurou seguir esta tendência, aumentando gradualmente o investimento em diversos eventos culturais (Terras da Beira, 2020).

Dadas as características da cidade, as unidades hoteleiras são diariamente desafiadas a encontrarem novas formas de promoverem os seus serviços e atraírem novos clientes. A disparidade nas taxas de ocupação ao longo do ano devido à sazonalidade é uma realidade ao para a maioria das unidades hoteleiras na cidade da Guarda e uma barreira ao seu crescimento. Deste modo, este estudo procurou compreender de que forma os eventos culturais têm importância para as unidades hoteleiras, e como estes podem ter um papel ativo na nova realidade da cidade.

De forma a atingir o objetivo principal proposto para este estudo, foram traçados objetivos específicos. Em primeiro lugar, compreender a razão para o atual interesse de investimento na área dos eventos culturais por parte do município. Em seguida, entender a importância que este tipo de eventos tem para os órgãos do município e para as unidades hoteleiras. Outro objetivo específico será descrever as potenciais barreiras ou limitações de ambas as instituições à realização destes eventos. Consequentemente, determinar de que forma a comunicação e a cooperação interinstitucional potencia, ou não, o sucesso de determinado evento cultural.

Também será essencial compreender quais os eventos culturais que atraem mais visitantes à cidade de modo a fundamentar quais as características de organização favoráveis ao sucesso dos mesmos. Por fim, procura -se averiguar de que modo os eventos culturais podem atenuar os efeitos negativos da sazonalidade nos meses de menor procura.

A relevância do estudo baseia-se na análise da importância dos eventos culturais para a dinamização de um município envelhecido, despovoado e muitas vezes esquecido, nomeadamente para a dinamização das suas unidades hoteleiras. Compreendendo as características, benefícios e limitações dos eventos culturais, os órgãos do município e as unidades hoteleiras estarão melhor preparados para gerirem mais eficazmente os potenciais impactos, retirando máximo partido das atividades dinamizadas.

A presente dissertação está organizada em seis partes distintas. A primeira parte é referente à Introdução, onde são apresentadas as considerações gerais sobre o tema, bem como o objetivo geral e a relevância do estudo para a área do conhecimento. Segue-se a Revisão de Literatura, onde são apresentadas considerações de diversos autores, salientando seis temas chave: turismo, turismo cultural, eventos, eventos culturais e a cidade da Guarda. Na metodologia, são apresentados os métodos de recolha de dados utilizados, bem como os procedimentos de análise dos mesmos. Além disso, é também apresentada a listagem de participantes nas entrevistas, quer pertencentes aos órgãos do município quer às unidades hoteleiras. Em seguida, são reportados os resultados do estudo na secção dos Resultados. Após a apresentação dos resultados, os mesmos são discutidos no capítulo da Discussão de Resultados. Finalmente, no capítulo da conclusão são apresentados, sumariamente, os resultados e as considerações finais, destacando-se ainda as conclusões e as limitações do estudo.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Turismo

A história do turismo remonta há muitos séculos atrás, existindo autores que datam o seu início na Grécia no século VIII a.C., devido às pessoas viajarem de quatro em quatro anos para assistirem aos jogos Olímpicos. Em contraste, outros autores acreditam que o turismo começou com os viajantes fenícios através da invenção da moeda e do comércio. Independentemente do povo pioneiro, as opiniões unem-se no facto de que o ser humano sempre viajou definitiva ou temporariamente (Barreto, 2003).

No primeiro século d.C., as viagens começaram a ser planificadas, quer a nível individual quer em grupo. Estas deslocações incluíam as estadias e as refeições no destino. O povo romano foi o primeiro a procurar as viagens com o objetivo de lazer, deslocando-se para zonas balneares como a Grécia e o Egito. O resto dos povos, que não tinham acesso a zonas balneares, desenvolveram outras formas de turismo, como a visita a lugares de luxo nos meses de maior calor com acesso a banhos termais (Gyr, 2010).

Já desde o passado, o turismo religioso tinha uma relevante expressão. Entre os séculos II e III houve um grande aumento de peregrinações a Jerusalém, à igreja do Santo Sepulcro. Por volta do século V, devido particularmente às invasões dos povos bárbaros, viveram-se séculos de conflitos, não existindo registos sobre viagens. A partir do século VI, registaram-se numerosas peregrinações a Roma e, no século IX, à data da descoberta do túmulo de Santiago em Compostela, regista-se um aumento de fluxo de peregrinos, tanto por terra como por mar. As peregrinações a Santiago tornaram-se tão marcantes que, em 1140, o peregrino Aymerie Picaud escreveu cinco volumes com as histórias do apóstolo Santiago e com um roteiro de viagem a partir de França, dizendo-se assim que este foi o primeiro guia turístico impresso (Barreto, 2003).

No século XV há provas de deslocações a Baden-Baden, estância termal alemã localizada perto da fronteira com a França. O século XV foi ainda marcado pelo início de outro tipo de viagens, as viagens transoceânicas, que vieram mostrar a existência de um mundo diferente. A partir do século XVI, existiu um aumento do número de viagens particulares não oficiais, caracterizadas

por serem realizadas por jovens acompanhados pelos seus professores particulares. Estas viagens ainda não eram propriamente turismo, mas sim *tours* feitas pelas elites (Barreto, 2003).

Durante o século XIX, com a degeneração da qualidade de vida nos grandes centros urbanos, encontrou-se um novo incentivo ao turismo, o prazer de descansar e contemplar as paisagens montanhosas. É já no século XIX, com a Revolução Industrial, que se inicia o turismo moderno, com a intervenção do famoso agente de viagens Thomas Cook (Barreto, 2003). Foi num dos seus habituais encontros de uma liga contra o alcoolismo que surge a ideia a Thomas Cook de alugar um comboio, comprando e revendendo os bilhetes, realizando a primeira viagem agenciada. Cinco anos mais tarde, organiza uma viagem similar de Londres a Glasgow com 800 pessoas, recorrendo a serviços de guias turísticos, marcando o início do turismo coletivo tipicamente conhecido como “excursão organizada” e, atualmente, de *all inclusive tour*. Para além disso, promoveu um avanço significativo, permitindo que as viagens fossem mais acessíveis à classe média (Barreto, 2003).

Durante o século XX, o turismo foi alvo de uma grande expansão global. O desenvolvimento económico e tecnológico no período pós-guerra alterou a forma como as pessoas se deslocavam e possibilitou a criação de novos destinos turísticos. O *boom* do turismo é também explicado pelas alterações no mercado de trabalho, nomeadamente a redução dos horários laborais, permitindo a valorização do tempo de lazer. A globalização do turismo teve assim um impacto relevante na economia global, sendo um setor vital para o desenvolvimento económico em algumas sociedades industriais modernas (Gyr, 2010).

Em 1910, o austríaco Hermann von Schullern zu Schrattenhofen definiu pela primeira vez o conceito de turismo. No entanto, ao longo dos anos, este conceito tem vindo a sofrer diversas alterações pelos principais investigadores da área. Os professores Walter Hunziker e Kurt Krapf, em 1942, estabeleceram uma definição mais elaborada, ao definirem o turismo como o “conjunto de relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal”. Em 1982, Mathienson e Wall definiram o turismo como “o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e residência, as atividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades” (citado em Cunha & Abrantes, 2013, p.16).

Ao longo do tempo, as variáveis sociológicas, culturais, económicas e geográficas começaram a fazer parte do turismo. Licínio Cunha e António Abrantes (2013), de forma simplificada, definem o turismo como “o conjunto de atividades desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atrações e os meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos resultantes de umas e outras”. A Organização Mundial do Turismo define o turismo como “conjunto das atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros” (citado em Cunha & Abrantes, 2013, p.17).

No seguimento do presente estudo, a definição de turismo que será tida em conta será a de Licínio Cunha e António Abrantes. Esta decisão tem como base o facto de os autores considerarem as “atividades desenvolvidas pelos visitantes”, considerando por isso os eventos e atrações que o destino promove.

2.2 Turismo e Desenvolvimento Regional

O impacto que o turismo tem no desenvolvimento regional está amplamente estudado por vários investigadores. Apesar dos impactos negativos que estão frequentemente associados ao turismo (Smith, 1989), este pode ser um importante veículo para o desenvolvimento regional, desde que seja gerido de uma forma responsável e sustentável (Rutty et al., 2015). Em termos de impacto positivos, os impactos económicos têm sido os mais salientados pela literatura. De facto, tanto nos países desenvolvidos como nos países em desenvolvimento, o turismo está intrinsecamente relacionado com aumento da atividade económica da região (Mangion & McNabb, 2005; Pivac et al., 2011). Este sector é um dos responsáveis pelo estímulo ao mercado de trabalho, traduzido no aumento de oportunidades de emprego, nomeadamente na oferta de bem e serviços necessários às atividades turísticas de uma região (Pivac et al., 2011). Além dos benefícios económicos, o turismo produz também benefícios sociais, como o desenvolvimento de pequenas empresas, infraestruturas, ou criação de novos trabalhos. Todos os benefícios, considerados como impactos positivos, estão associadas à evolução da qualidade de vida existente (Andereck et al., 2005). Do ponto de vista cultural, o turismo é considerado um elemento de enriquecimento da comunidade devido ao encontro de diferentes culturas (Pivac et al., 2011). Através da atividade turística, as regiões conseguem preservar a identidade local,

conservar o património e dinamizar a economia da cidade, sendo assim uma opção ao desenvolvimento local e regional (Barbosa, 2005).

2.3 Turismo Cultural

O turismo cultural é uma das tipologias mais antigas de turismo; no entanto, continua a ser alvo de grande debate sobre como o definir e interpretar. A questão principal está relacionada com compreender o que é o turismo cultural e quem é o turista cultural, quando se viaja para diferentes locais, mesmo que geograficamente próximos (du Cros & McKercher, 2015).

Ao longo dos anos foram propostas várias definições para o turismo cultural. A Carta Internacional do Turismo Cultural apresentada pelo Conselho Internacional dos Monumentos e Sítios, refere que o principal objetivo do turismo cultural é descobrir e compreender factos relacionados com monumentos com interesse histórico e artístico (Jovicic, 2014).

Mais recentemente, os autores decidiram considerar as experiências e atividades relacionadas com o turismo, ao invés de mencionarem apenas monumentos. A Organização Mundial do Turismo propõe assim a seguinte definição: “movimento de pessoas para atrações culturais em cidades e países que não sejam o seu local de residência habitual, com a intenção de reunir novas informações e experiências para satisfazer as suas necessidades culturais e todos os movimentos de pessoas para atrações culturais específicas, patrimónios culturais, artísticos, manifestações culturais, artes e teatros para cidades fora do seu país de residência habitual” (Organização Mundial do Turismo, 2017). Também Greg Richards, autor de uma das definições de turismo cultural mais difundidas, define este conceito como o movimento de pessoas direcionado para atrações culturais, em qualquer local que não o seu de residência (Jovicic, 2014). O estado australiano de Vitoria define os turistas culturais como aqueles que assistem a uma peça de teatro, um concerto, artes performativas, um festival cultural, feira ou evento, visitou um museu ou galeria de arte durante a sua viagem (TV, 2013).

Como mencionado anteriormente, não existe um consenso na definição do conceito de turismo cultural. No entanto, considerando a evolução das características do turismo e da sociedade em geral, é fundamental considerar as experiências como uma vertente deste tipo de turismo. Deste

modo, as definições consideradas como mais relevantes por motivos de estudo serão as de Greg Richards e da Organização Mundial do Turismo, mencionadas anteriormente.

O conceito de turista cultural é também relevante para o estudo, principalmente tendo em conta as motivações e necessidades individuais. Os autores McKercher and du Cros referem a existência de cinco tipos de turistas culturais, dependendo do nível de motivação pessoal. Mais concretamente existem as seguintes categorias: *Highly motivated cultural tourist*, cuja procura por cultura é totalmente intencional; *Sightseeing tourist*, cujo interesse é maioritariamente focado nas principais atrações culturais; *Casual cultural tourist*, caracterizado pelo interesse reduzido em cultura; *Incidental cultural tourist*, que considera o contacto cultural como superficial, não havendo um elemento de interesse pessoal; e *Accidental cultural tourist* que, apesar de não considerar a cultura como um foco de interesse, revela uma experiência positiva quando em contacto com a mesma (Jovicic, 2014).

A existência de diversos tipos de turista cultural justifica a necessidade de diferentes formas de consumo de cultura e a sua relevância, tais como museus, galerias, festivais, arquitetura, ruínas históricas, performances artísticas e património histórico. Mais concretamente, as motivações pessoais afetam a preferência no tipo de turismo cultural.

A globalização, o aumento na facilidade de educação e a melhoria nas condições de vida permitiram o desenvolvimento e crescimento do turismo cultural. Atualmente, verifica-se ainda maior facilidade de deslocação com o propósito de conhecer diferentes culturas. Este facto, aliado à necessidade de as comunidades locais reinventarem a imagem, identidade e património, constituem uma das principais tendências modernas no que se refere ao turismo cultural (Jovicic, 2014).

O turismo cultural incide principalmente na procura e participação em novas experiências culturais, sejam elas estéticas, intelectuais, emocionais ou psicológicas. Deste modo, os turistas são atraídos por várias formas culturais como museus, galerias, festivais, arquitetura, ruínas históricas, performances artísticas e património histórico (Stebbins, 1996). Com o aumento da procura deste tipo de turismo, os destinos têm desenvolvido estratégias de promoção, beneficiando da crescente preferência por experiências culturais aliada ao património cultural das comunidades (du Cros & McKercher, 2015). Walle (1995) afirma que há um consenso de que o turismo cultural tem adquirido uma importância e uma complexidade cada vez maiores,

tornando-se um objetivo para milhões de turistas de lazer e culminando no aumento da atividade económica regional.

Enquanto a procura pelo turismo cultural tem aumentado, também a sua oferta se tem tornado mais vasta. As comunidades começam a aperceber-se de que os seus costumes e património geram interesse aos turistas, podendo, assim, retirar proveito social e económico do turismo cultural. Alguns exemplos são a diversificação da economia local, com a criação de novos empregos, atrações, eventos, apoio aos negócios mais pequenos, dando a oportunidade de expansão. Ao nível social, observa-se que a atividade turística leva a uma maior preocupação com a preservação de cultura, tradições e costumes, a melhoria da imagem e do brio da comunidade, e também o incentivo ao embelezamento da comunidade (Whyte et al., 2012).

2.4 Eventos

Desde sempre que os seres humanos têm arranjado formas de destacar os eventos mais importantes nas suas vidas, nomeadamente: as mudanças de estações, as fases da lua ou o ciclo de nascimento. Desde o aparecimento do Ano Novo Chinês, aos rituais dionisiacos da Grécia antiga, mitos, rituais e eventos foram criados para interpretar acontecimentos cosmológicos. Exemplificando, a maioridade é um dos exemplos de um marco na vida de um ser humano marcada em diversas culturas por rituais de passagem, cerimónias de iniciação, bar mitzvahs, etc. (Bowdin et al., 2006).

Os eventos hoje em dia têm um papel central na nossa cultura. O aumento do tempo de lazer e dos gastos discricionários levaram a uma multiplicação dos eventos públicos, celebrações e entretenimento. Os governos passaram a apoiar e promover eventos, fazendo estes parte das suas estratégias de progresso económico e de promoção de destinos. Quanto às empresas, cada vez mais a promoção de eventos proporciona benefícios no marketing e na própria promoção de imagem da empresa (Bowdin et al., 2006).

Vários autores têm tido dificuldade em estabelecer uma definição de evento, sendo que apesar da ampla discussão, não há um verdadeiro consenso entre todos. O Dicionário de Chambers define evento como algo que acontece, qualquer incidência ou ocorrência memorável, uma atividade realizada num local específico. Donald Getz afirma que um princípio aplicável a todos

os eventos é que são temporários e que qualquer evento é único em função da gestão que tem, do programa apresentado, do cenário e das pessoas que nele participam (citado em Bowdin et al., 2006, p.14).

Como consequência direta da importância que os eventos têm ao nível da procura e da oferta, houve a necessidade de classificar os diferentes tipos de eventos existentes. O termo “eventos especiais” foi criado para englobar rituais, apresentações, celebrações específicas, que são planeadas e criadas de forma a marcar ocasiões especiais com intuito de atingir objetivos sociais, culturais ou corporativos. Os eventos especiais podem ainda englobar celebrações nacionais, cívicas, culturais, desportivas, promocionais e para lançamento de produtos (Bowdin et al., 2006).

Donald Getz (2005), autor conceituado acerca da temática dos eventos, escreve num dos seus trabalhos sobre a tipologia de eventos, que eventos especiais são melhor definidos se tiverem duas definições, uma do ponto de vista do organizador do evento e outra do ponto de vista do participante do evento:

- Um evento especial é um acontecimento único ou registado com pouca frequência, que ocorre fora da agenda normal do dia a dia de um organismo patrocinador ou organizador de eventos;
- Para o participante, um evento especial é uma ocasião para usufruir de uma experiência de lazer, com cariz social, cultural fora do seu dia a dia e fora das opções normais.

Donald Getz considera ainda oito atributos que tornam estes eventos especiais que são: o espírito festivo, a singularidade, a qualidade, a autenticidade, a tradição, a hospitalidade, o tema e o simbolismo (Getz, 2005).

Leo Jago e Robin Shaw procuraram estabelecer uma definição para eventos especiais, destacando seis atributos: capacidade de atrair turistas ou desenvolvimento turístico, terem duração limitada, acontecimento pontual, aumentar o conhecimento, imagem ou perfil de uma região, oferecer experiência social e serem fora do comum (Jago & Shaw, 1998).

A atribuição de categorização quanto a “eventos especiais” e “eventos não-especiais” vai sempre depender da visão do participante e do organizador relativamente a um determinado evento (Bowdin et al., 2006).

2.4.1 Tipo de Eventos

Há diferentes formas de agrupar os eventos, sendo possível categorizá-los por tamanho, forma e conteúdo (Bowdin et al., 2006).

2.4.1.1 *Tamanho*

Os eventos são caracterizados pelo seu tamanho e escala. O género de eventos mais comuns são os eventos importantes, megaeventos, eventos marcantes e eventos locais.

Eventos Locais

A comunidade local tem por hábito realizar uma série de festivais e eventos direcionados para a população local e são organizados pelo seu valor social, de diversão e de entretenimento. Os eventos locais costumam trazer benefícios, como embelezamento dos locais, fortalecendo um senso de lugar e de pertença às pessoas. Os eventos comunitários/locais expõem também a comunidade a novas ideias e experiências, incentivam a colaboração entre atividades desportivas e artísticas, bem como a diversidade de eventos e novas experiências. Os governos costumam assim apoiar estes eventos como fazendo parte de um desenvolvimento cultural e comunitário (Bowdin et al., 2006).

Donald Getz considera os festivais e os eventos como um novo género de turismo alternativo que contribui para o desenvolvimento sustentável e melhora o relacionamento entre o anfitrião e intervenientes (Getz, 1991). Os festivais locais estão a ser usados cada vez mais pelas localidades como instrumentos de promoção do turismo e também para estimular as economias regionais (Felsenstein & Fleischer, 2003).

No presente clima económico, os festivais têm um papel fundamental para as cidades e para as regiões que os acolhem. Os festivais podem dar um grande contributo para o desenvolvimento económico, tendo um grande impacto no desenvolvimento do turismo cultural nas comunidades que os acolhem. Os organizadores dos festivais procuram temas culturais e históricos no desenvolvimento de eventos anuais com o objetivo de atraírem visitantes e criarem uma imagem de cultura nas cidades anfitriãs (Blesic et al., 2012). Os festivais são uma importante expressão de atividade humana e contribuem significativamente para a vida social e cultural de uma comunidade (Raj & Vignali, 2010).

Eventos importantes

Eventos importantes são caracterizados por terem um impacto muito significativo, pelo nível de atração de atenção de *social media* como também do número elevado de visitantes que atraem. Este tipo de eventos caracteriza-se pela capacidade de promoção que um destino consegue atrair mundialmente para a região anfitriã. Consequentemente, este tipo de evento é definido pelos relevantes benefícios económicos que pode trazer através da sua dimensão (Bowdin et al., 2006).

Em Portugal, existem alguns exemplos significativos como o Websummit, Festivais de Música, nomeadamente Nos Alive, Meo Sudoeste, Vodafone Paredes de Coura e a nível desportivo a fase final do Europeu e também do torneio da Liga das Nações de Futebol, entre outros.

Hallmark Events

“Hallmark events” ou Eventos Marcantes são eventos que se identificam com o espírito de uma cidade ou região, que se tornam sinónimos do lugar e conseguem assim ganhar reconhecimento. Donald Getz define os “hallmark events” como eventos que possuem um enorme significado, em termos de tradição, atratividade, qualidade ou publicidade que fornece ao local, destino ou comunidade de quem recebe o evento uma vantagem competitiva (Getz, 2005).

Ritchie define eventos marcantes como eventos únicos de duração limitada, desenvolvidos para aumentar a consciencialização, o apelo e a lucratividade de um destino turístico a curto ou a longo prazo. Os “eventos marcantes” baseiam-se no seu sucesso através da exclusividade, importância ou significado de oportunidade para gerar interesse e suscitar atenção (Ritchie, 1984). Alguns exemplos clássicos que podem ser referidos são: o Carnaval do Rio de Janeiro, o Tour de France e ainda a Oktoberfest em Munique (Bowdin et al., 2006).

Megaeventos

Megaeventos são definidos como eventos de enorme dimensão que têm o poder de conseguir afetar a economia numa escala gigante e ter um grande impacto na *media* mundial. Alguns megaeventos que podem ser considerados são os Jogos Olímpicos, Jogos Paraolímpicos, Mundial de Futebol, Feiras Mundiais (Bowdin et al., 2006). Donald Getz define megaeventos como os eventos que geram níveis extraordinariamente altos de turismo, cobertura dos media sociais e impacto económico para a comunidade, local ou entidade anfitriã (Getz, 2005).

Leo Jago e Robin Shaw definem megaevento como um grande evento, único, que em geral é dinamizado numa escala internacional (Jago & Shaw, 1998). Colin Hall (1997) define megaeventos como feiras e exposições mundiais, fases finais do mundial de futebol ou jogos olímpicos. São eventos direcionados ao mercado internacional do turismo e podem ser descritos como ‘mega’ em virtude do seu tamanho em termos de presença, mercado alvo, nível de envolvimento financeiro público, efeitos políticos, extensão de cobertura televisiva, construção de instalações e impacto económico e social da comunidade anfitriã.

2.4.1.2 Forma/ Conteúdo

Quanto à forma e conteúdo, os eventos podem ser classificados em culturais, desportivos ou de negócios. Os eventos culturais ou festivais são uma forma universal de eventos com os registos mais antigos em relação à indústria de eventos contemporânea. Eventos culturais têm já um longo passado, sendo possível encontrá-los na maioria das sociedades. Eventos desportivos cresceram num formato muito semelhante aos eventos culturais, tendo um passado bastante longo e hoje em dia um papel considerável na área dos eventos e com margem de crescimento (ver secção em apêndice I *Eventos Desportivos* para uma descrição mais detalhada deste tipo de eventos). Os Eventos de Negócios, por vezes nomeados de eventos MICE (*Meeting, Incentives, Conferences e Exhibitions*) são uma forma de evento de renome considerável na indústria dos eventos. Este tipo de evento permite o desenvolvimento das cidades anfitriãs e dos centros regionais, sendo responsável por gerar um rendimento considerável (Bowdin et al., 2006).

2.4.2 Benefícios dos Eventos

Os eventos são responsáveis pela promoção de benefícios sociais para as comunidades, infraestruturas, localidades e países que os recebem e organizam. Mais concretamente, os eventos permitem uma melhoria significativa da qualidade de vida da localidade anfitriã, uma vez que as receitas provenientes contribuem para o desenvolvimento da cidade. As cidades com eventos tendem a tornar-se mais criativas e, conseqüentemente, mais inovadoras. Com um grande número de eventos, uma cidade torna-se mais atrativa, o que pode levar a um crescimento do número de visitantes e a um aumento de audiências em futuros eventos (Richards & Palmer, 2010).

Além de benefícios sociais, os eventos podem ser também responsáveis por benefícios económicos, derivados da maior probabilidade de existirem parcerias com diferentes empresas, oportunidades educacionais e de lazer. Aquando da realização de determinados eventos, existe um potencial crescimento do número de concursos para organização de megaeventos. Empresas de organização de eventos concorrem para poderem organizar um evento de grande dimensão em busca de visibilidade. Em consequência, a região ou país pode beneficiar de uma receita relevante, contribuindo para o desenvolvimento económico (Richards & Palmer, 2010).

Para além disso, o perfil de uma localidade cresce com a realização de eventos tanto a nível nacional como a nível internacional. Os eventos trazem uma melhor promoção às cidades ou às regiões que os recebem (Richards & Palmer, 2010).

Os benefícios generalizados dos eventos estão a desafiar as principais estratégias clássicas das cidades, não só quanto à importância de impulsionar o desenvolvimento económico, mas também o património cultural. Greg Richards e Robert Palmer (2010) consideram este desafio nos seguintes pressupostos:

- Os eventos são mais flexíveis que certos tipos de estruturas físicas fixas;
- Os eventos podem ajudar na diferenciação de ambientes físicos ameaçados pela *Serial Reproduction*, i.e., reprodução em série (a competitividade entre regiões ou cidades faz com que haja uma reprodução de promoção com os mesmos mecanismos e as mesmas fórmulas. A capacidade de criar exclusividade diminui levando à reprodução da cultura em série (Richards & Wilson, 2006));
- Os eventos têm melhor capacidade para oferecer espetáculo e “atmosfera”;
- Os eventos geralmente precisam de copresença e o sentimento de estar presente por parte dos seus participantes;
- Os eventos podem ter menos custos e conseguir ter um maior impacto no curto prazo.

Os eventos são assim distintos meios no que toca à produção de experiência de um participante.

2.5 Eventos Culturais

No passado mais recente a cultura tem vindo a desempenhar um papel de grande importância nas cidades. A cultura está interligada a ideias e práticas, locais e símbolos. A cultura é agora representada através de atividades culturais, tais como arte, música, dança, artesanato, museus, exposições, desporto, design criativo. Estas novas atividades culturais ajudam cada vez mais a perceber quais as estratégias das cidades diante da competição global e local (Zukin, 2004).

A necessidade de diferenciação e a procura por uma nova identidade levam as cidades a recorrer aos seus recursos e bens culturais para se manterem competitivas, num contexto económico cada vez mais imprevisível (Liu, 2012). A criação e promoção de festivais, shows, exposições e feiras tornaram-se um elemento crítico da estratégia de desenvolvimento urbano. Em geral, a maioria das cidades acredita que, independentemente da sua dimensão, não é difícil entrar no mercado de planeamento e produção de eventos (Richards & Palmer, 2010). As cidades estão a transformar-se em grandes palcos para uma corrente contínua de eventos (Richards & Palmer, 2010). A cultura está assim a ser um meio cada vez mais importante de consumir a cidade (Ritzer, 1999). A criação do projeto ECOC (*European Capital of Culture*) veio fazer com que a cultura fosse acessível a toda a comunidade europeia. As cidades Capitais Europeias da Cultura conseguem atualmente ter impactos enormes com a divulgação da sua cultura. Por um lado, aumenta a procura por parte dos turistas; por outro lado, dá-se um aumento da criatividade e da animação da comunidade local (citado em Liu, 2012, p.507).

Definir evento cultural torna-se difícil devido há falta de entendimento sobre o que pode ser considerado cultural e também evento (Richards, 2001). Johnny Allen, William O'Toole e Ian McDonnell referem-se a eventos culturais como apresentações, performances ou celebrações específicas que são planeadas e criadas para marcar ocasiões especiais ou alcançar determinados aspetos sociais, culturais, metas ou objetivos corporativos (Allen et al., 2005). Contudo, é possível observar e ver que há elementos-chave de fácil identificação nos eventos culturais – estes eventos têm uma série de atividades, têm duração limitada, são recorrentes e comemorativos. Os eventos culturais concentram-se nas raízes artísticas e comunitárias da localidade e meio onde são organizados (Richards & Palmer, 2010).

A produção cultural é considerada um elemento importante da economia urbana e do consumo cultural. As cidades estão a aproveitar os eventos culturais como uma componente estratégica de desenvolvimento. Estes eventos são agentes positivos na construção da imagem de uma

cidade e da vida urbana. Os eventos culturais providenciam não só benefícios culturais, mas também económicos e sociais. Os eventos culturais devem ser uma forma de desenvolvimento da cidade, de a tornar mais atrativa, tendo a cidade uma melhor imagem e melhores condições habitacionais (Richards & Palmer, 2010; Liu, 2012).

A explosão dos eventos culturais como festivais deve-se a vários fatores na oferta como planeamento cultural, desenvolvimento turístico e reposicionamento urbano, e também em vários fatores na procura como a necessidade de socialização e desejo de criatividade e experiências autênticas, lazer sério (Prentice & Andersen, 2003). As cidades do mundo inteiro estão cada vez mais a desenvolver e a utilizar os eventos culturais para alcançar outros objetivos, como económico, social, político e cultural (Richards, 2001).

2.5.1 História dos Eventos Culturais

Os eventos culturais já existem desde a criação das primeiras cidades da história, mas a forma como os eventos culturais vão sendo organizados e festejados tem sofrido alterações devido às inovações e à opinião pública geral sobre os eventos.

Na época medieval os eventos culturais eram festejados em torno de um calendário festivo. A cidade medieval tinha uma vasta lista de festas e dias de santos, grandes celebrações que podiam durar semanas. Na altura medieval, estes eventos eram utilizados para distrair a povoação da dura realidade que era vivida na época. Além disso os eventos culturais eram utilizados pela realeza e pelos líderes religiosos para proteger as suas posições de poder, centralizando os eventos neles próprios (Richards & Palmer, 2010). Na mesma época, existiam rituais com papel fundamental no contexto da vida da realeza e da vida religiosa, os nascimentos reais, aniversários, casamentos, coroações e funerais, que se complementavam com cerimónias públicas e festividades populares, além de monumentos e tributos nas coroações e casamentos (Therborn, 2002).

Aquando da industrialização, os países intervenientes desenvolveram-se e os eventos culturais passaram a ser mais formais dentro do espaço urbano. A industrialização veio trazer uma mudança na forma como os eventos culturais eram vistos, passando estes a serem uma oportunidade de descanso e relaxamento, uma pausa no trabalho. As cidades industriais começaram a desenvolver mais espaços para a realização de eventos culturais (Richards &

Palmer, 2010). O interesse pela cultura por parte da sociedade na era da cidade industrial veio dar origem a novas formas culturais, como os museus, as casas de ópera, as salas de concerto, mas também a novas formas de eventos culturais. Além disso, veio substituir os principais organizadores dos eventos culturais, anteriormente, na cidade medieval, a realeza e a igreja. As cidades começaram assim a festejar marcos da sua própria história e cultura (Richards & Palmer, 2010).

A cidade pós-moderna atravessou um período menos positivo em relação à atmosfera económica. As décadas de 1970 e 1980 foram períodos em que o desemprego aumentou em algumas economias desenvolvidas, como foi o exemplo do Reino Unido e Itália. A cultura durante esse período assumiu papéis ligados ao investimento, sendo assim juntamente com o turismo e o lazer, um meio para o desenvolvimento económico e melhoria da imagem das cidades (Richards & Palmer, 2010).

A importância gradual da imagem e do espetáculo deu uma nova vida aos eventos, particularmente aos eventos culturais, que são criadores e transportadores de cultura, significado e riqueza das cidades.

Hoje em dia as cidades adotam os eventos culturais de outras regiões possibilitando um envolvimento intercultural, criando as cidades interculturais. Este conceito é definido pela tendência de promover a celebração de um evento de uma diferente cultura, como é o exemplo dos desfiles de Carnaval, originais do Rio de Janeiro do Brasil. As cidades interculturais procuram uma mistura e celebração de diferentes culturas (Richards & Palmer, 2010).

2.5.2 Componentes de Eventos Culturais

Segundo os autores Richards e Palmer, um evento cultural possui as seguintes componentes: Conteúdo Cultural; Horário e Localização; Público e Stakeholders (Richards & Palmer, 2010).

Conteúdo Cultural

Apesar de o foco principal deste tipo de eventos ser a cultura, os mesmos podem incluir outros elementos. O conteúdo abrange os produtos culturais, como obras de arte, música, literatura, cinema, comida e moda, mas também itens intangíveis como “a forma de vida” de uma dada sociedade. Além disso, os eventos culturais são obrigatoriamente atos programados,

independentemente de serem organizados por pessoas individuais ou associações culturais, e de serem organizados de forma mais ou menos formal.

Horário e Localização

Os eventos culturais ocorrem em locais e horários específicos, mesmo em casos onde o entretenimento ocorra de forma permanente. Em algumas situações, podem existir ligações entre os espaços dos eventos, maioritariamente por interesses de marketing.

Público

A audiência atraída ou convidada para o evento deve assistir ao mesmo. Por outras palavras, o público deve estar fisicamente presente, ou participar virtualmente se o evento assim o permitir.

Stakeholders

Para além do público que participa diretamente no programa do evento, os eventos culturais movem uma extensa lista de partes interessadas. Os *stakeholders* podem ser indivíduos particulares ou um grupo que têm interesse, envolvimento ou investimentos diretos na área cultural, financeira, política ou outra associada ao evento.

2.6 Guarda

2.6.1 Guarda, a Cidade

A cidade da Guarda está situada na zona Centro da região beirã, mais concretamente entre a Serra da Estrela e o Planalto Guarda-Sabugal. A cidade da Guarda tem 712,11 quilómetros quadrados de área, sendo assim um dos maiores concelhos do país. A cidade partilha a sua localização com as bacias hidrográficas de alguns dos maiores rios de Portugal, entre eles o Rio Mondego, o Rio Zêzere e o Rio Côa (Município Guarda, 2019).

A localização da cidade da Guarda engloba grande parte da zona Centro do país, cobrindo ainda um pouco do Norte, o que faz com que seja uma cidade com uma importante rede de acessibilidades a nível nacional e internacional pelas vias ferroviárias e rodoviárias (Município Guarda, 2019).

A Guarda é reconhecida como uma das cidades portuguesas com melhores condições ambientais para se habitar. A pureza do ar, acompanhada pelo redor de toda a região verde por que é coberto o distrito, possibilita uma condição de vida bastante melhorada em comparação com outras cidades (Município Guarda, 2019).

A cidade da Guarda adquiriu o primeiro Foral a 27 de Dezembro de 1199, concedido pelo Rei Povoador, D. Sancho I. As suas muralhas contam assim com mais de 800 anos de história, integrando um dos patrimónios mais belos e mais bem conservado em todo o país. A cidade é capital de distrito, contando com cerca de 42 541 habitantes segundo os censos de 2011. Atualmente, o concelho é constituído por 43 freguesias (Município Guarda, 2019).

A Torre de Menagem, um símbolo da estrutura defensiva e marca de coragem da população guardense que ao longo dos séculos defendeu a fronteira portuguesa, situa-se no ponto mais alto da cidade, a 1056 metros de altura. A igreja Sé Catedral da Guarda é também um ícone da cidade, com as suas características de construção gótica e os seus detalhes estéticos de influência manuelina, que fazem deste monumento um dos maiores da história da arquitetura portuguesa. O centro histórico da cidade é também um dos pontos de maior relevo, onde ainda se podem ver as marcas de povos antepassados que viveram na cidade, sendo um dos mais relevante, o povo judaico (Município Guarda, 2019).

A cidade da Guarda é caracterizada pela sua distinta nomenclatura, conhecida por ser a cidade dos 5 F's. Os F's que caracterizam a cidade são: Forte, Fria, Farta, Formosa e Fiel. A cidade é caracterizada pela dureza do granito presente na paisagem da cidade e em tempos passados uma imponente ferramenta defensiva na ajuda à defesa do povo guardense e que nos dias de hoje ainda se preserva, daí ser-lhe adjudicado o atributo de Forte. A Guarda é a cidade mais alta de Portugal, o clima de montanha proporciona a beleza durante os meses de maior frio, resultando numa paisagem repleta de brancura concedida pela neve que cai na cidade. O frio que se faz sentir faz da cidade uma das mais Frias de Portugal. A gastronomia é um dos maiores atributos da cidade, tendo sido considerado um dos motivos que levam os visitantes à cidade. A cidade da Guarda é assim Farta quanto aos seus recursos. A cidade é Formosa devido a tudo o que possui. Os seus monumentos, praças, solares, jardins, paisagens. O atributo Fiel advém da história da cidade e também devido à gente beirã que na cidade habita por ser considerado gente íntegra, honesta e hospitaleira (Município Guarda, 2019).

2.6.2 Guarda a Nível Turístico

A nível turístico a cidade da Guarda está inserida na zona centro de Portugal. O número de dormidas nos alojamentos turísticos na cidade da Guarda entre o ano 2014 e o ano 2018 teve um aumento bastante significativo, registando 65 844 e 85 381 dormidas, respetivamente (Pordata, 2019).

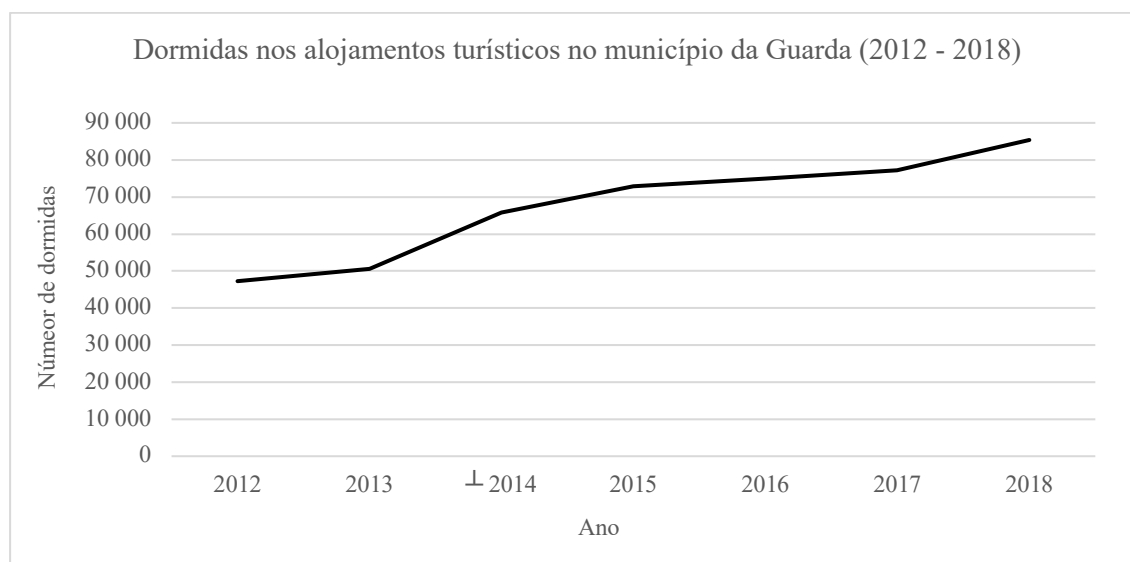


Figura 1. Aumento do número de dormidas no município da Guarda

Fonte: Elaboração Própria

A cidade da Guarda tem uma atratividade mundial, tal como demonstrado pelo número de visitantes que procuram informação no posto de turismo da cidade. O maior número de visitantes no ano de 2018 foram turistas nacionais, seguindo-se de turistas espanhóis e franceses. Devido às marcas judaicas, já referidas anteriormente, os turistas israelitas são os quartos que mais visitam a cidade da Guarda (Turismo Centro, 2019).

Tabela 1. Visitantes por Nacionalidade do Posto de Turismo

Países	Percentagem Relativa ao Total Global
Portugal (Nacional)	46.37%
Espanha	22.54%

França	7.87%
Israel	4.51%
Brasil	3.85%
Alemanha	2.06%
Reino Unido	1.96%
E.U.A.	1.95%
Holanda	1.34%
Canadá	0.77%
Itália	0.61%
Bélgica	0.30%
República Checa	0.11%
Escandinávia (a)	0.03%
Outros Países	5.72%

Fonte: Elaboração Própria

3. METODOLOGIA

3.1 Relevância do Estudo

No seguimento da revisão de literatura apresentada no capítulo anterior, foi essencial formular uma questão de partida para o presente estudo:

“Qual a importância dos eventos culturais para as unidades hoteleiras da cidade da Guarda?”

Os eventos são cada vez mais uma temática no que se refere aos indicadores sociais, trazendo desenvolvimento a diversos níveis, por exemplo, ao nível do turismo e da economia. Ao longo do tempo, a cidade da Guarda tem vindo a propor novas atrações para os habitantes e para todos os que a visitam, dinamizando assim, um concelho que é caracterizado como um dos mais envelhecidos do país. Mais concretamente, o índice de envelhecimento da cidade é 191,5%, 34,1% mais elevado que a média nacional (Pordata, 2018).

Os eventos na cidade da Guarda são na sua maioria organizados pela Câmara Municipal, contando com a parceria do Teatro Municipal da Guarda (TMG) e também de algumas entidades locais.

Recuando ao ano de 2014, é essencial referenciar a primeira edição da Feira Ibérica do Turismo (FIT), um evento que se dedica à promoção turística a nível nacional da região da Beira Alta e de Espanha. A FIT veio dar início a um aumento do número de eventos a nível municipal, como a primeira edição da Guarda Cidade Natal. Desde então, a cidade tem vindo a ser pautada por concentrações de animação e cultura desde a criação da Feira Farta à celebração dos Santos Populares com o evento Santos do Bairro, 8 noites 8 bairros.

Os factos mencionados anteriormente têm vindo a alterar o contexto da cidade em termos turísticos, aumentando o número de visitantes à cidade. Atualmente, o maior fluxo de turistas é proveniente de outras cidades de Portugal, sendo, no entanto, relevante mencionar o aumento de turistas estrangeiros, principalmente provenientes dos países de Espanha e França (Beira.pt, 2019).

Pela sua localização geográfica e pelas características demográficas da população, a cidade da Guarda esteve durante muitos anos na sombra do país, demonstrando consideráveis limitações

em termos de adaptação às novas realidades do mundo e do comportamento dos consumidores. Recentemente, têm sido implementadas iniciativas de apoio ao investimento na cidade, de forma a combater a desertificação populacional (O Interior, 2019).

Deste modo, o presente estudo tem como principal relevância uma melhor compreensão da importância dos eventos na atração e dinamização do turismo na cidade da Guarda, em particular nas suas unidades hoteleiras.

3.2 Objetivos do Estudo

O principal objetivo deste estudo é perceber de que forma os eventos culturais dinamizados têm impacto no turismo da cidade. Mais concretamente, este estudo visa compreender o impacto dos eventos dinamizados na cidade para as principais unidades hoteleiras.

Consequentemente, foram estabelecidos objetivos específicos para melhor poder responder à questão em estudo. Primeiramente, será fundamental compreender a razão para o atual interesse de investimento na área dos eventos culturais por parte do município. Além disso, será necessário entender a importância que este tipo de eventos tem para os órgãos do município e para as unidades hoteleiras. Deste modo, será possível compreender se existe alinhamento entre a visão destes intervenientes no que se refere aos objetivos e resultados dos eventos culturais existentes. Outro objetivo específico será descrever as potenciais barreiras ou limitações de ambas as instituições à realização destes eventos. Consequentemente, determinar de que forma a comunicação e a cooperação interinstitucional potencia, ou não, o sucesso de determinado evento cultural. Relativamente aos eventos, será essencial compreender quais os que atraem mais visitantes à cidade de modo a fundamentar quais as características de organização favoráveis ao sucesso dos mesmos. Finalmente, procura averiguar-se de que modo os eventos culturais podem atenuar os efeitos negativos da sazonalidade nos meses de menor procura.

Para cumprir os objetivos, anteriormente referidos, foram realizadas entrevistas a entidades do município e aos diretores das unidades hoteleiras da cidade da Guarda. Com a realização das entrevistas foram traçados objetivos para as mesmas.

Relativamente aos intervenientes ligados ao município, é essencial compreender qual o seu papel na elaboração dos eventos e qual o motivo principal para o investimento nos eventos

culturais. Além disso, é importante compreender se este investimento era um dos objetivos do plano eleitoral ou se foi uma decisão pós-eleitoral. Outro objetivo relevante é compreender se na ótica do município as unidades hoteleiras da cidade beneficiam com os eventos, e se existe algum tipo de impacto no próprio município, com a elaboração destes eventos. No que se refere à comunicação interinstitucional é importante compreender se o município e as unidades hoteleiras coordenam planos de organização de eventos. Por último, é importante compreender quais são os *stakeholders* envolvidos na indústria dos eventos culturais da cidade da Guarda.

No que se refere às unidades hoteleiras, o objetivo fundamental é compreender qual o nível de importância que atribuem à realização de eventos na cidade. Mais concretamente será analisado se os turistas culturais têm um papel significativo na sua taxa de ocupação. Além disso, é importante compreender quais os eventos que as unidades hoteleiras da cidade consideram ser os mais importantes e quais os critérios para essa determinação. Por último, será crucial compreender se os eventos culturais, distribuídos pelo calendário anual, minimizam uns dos maiores obstáculos da hotelaria, a sazonalidade.

3.3. Método de Recolha de Dados

Após definir e compreender os objetivos do estudo, concluiu-se que o método de recolha de dados mais adequado seria o método qualitativo. Segundo os autores Ramos, Ramos e Busnello (2005), uma pesquisa qualitativa tem o objetivo de relacionar a realidade com o objeto de estudo de forma a obter várias interpretações de análise (Ramos, Ramos & Busnello, 2005). Cassell e Symon (1994) afirmam que uma pesquisa qualitativa incide na subjetividade e não na objetividade, sendo o foco de interesse a perspectiva dos participantes. Este método de pesquisa tende a extrair uma informação mais rica relativamente a uma amostra pequena ao invés do que é feito em pesquisas quantitativas, onde são usadas grandes amostras (Veal, 2006). O método qualitativo é apoiado pelos intervenientes que participam nele. Em áreas como o lazer e o turismo, os participantes têm uma melhor perceção para descrever e explicar as suas experiências com um discurso próprio, sem a intermediação do pesquisador (Veal, 2006).

3.3.1 Entrevistas - Método Qualitativo

Como referido no capítulo anterior, foram realizadas entrevistas como método de recolha de dados. As entrevistas realizadas foram semiestruturadas. Os guiões das entrevistas combinam questões abertas e fechadas, o que possibilita a improvisação durante a entrevista, podendo reconduzir ao ponto de interesse, caso este esteja a ser desviado. As entrevistas foram o método selecionado com o intuito de obter respostas espontâneas quanto ao tema em estudo.

Os entrevistados escolhidos estão diretamente ligados à organização dos eventos dinamizados pelo município da cidade da Guarda ou pertencem a cargos superiores nas unidades hoteleiras listadas, nomeadamente de diretor, como alvo de estudo. A posição e o cargo ocupado foram o principal critério de seleção dos participantes.

Os guiões e as transcrições das entrevistas encontram-se nos apêndices IV e V, respetivamente.

3.3.2 Seleção dos Participantes

Deste modo, e com a finalidade de compreender quais os potenciais entrevistados, procedeu-se à listagem de unidades hoteleiras, de eventos e de entidades do município da cidade da Guarda. Seguindo o método de amostragem intencional, a seleção de participantes foi baseada no julgamento dos membros da população que poderiam ser fontes de informação relevantes (Patton, 1990). Assim, foi elaborada uma seleção baseada nos seguintes critérios: para as unidades hoteleiras foi fundamentalmente a sua localização, escolhendo-se as unidades hoteleiras com uma localização central dentro do município da Guarda. O critério de seleção quanto aos eventos foi o nível de dinamização que estes eventos providenciam à cidade, tendo em consideração não só as suas características culturais, mas também a sua dimensão. Além disso, todos os eventos mencionados são desenvolvidos pelo município da cidade em estudo e por isso passíveis de análise pelo método proposto.

3.3.2.1 Unidades Hoteleiras

Na tabela apresentada, encontram-se as unidades hoteleiras que foram alvo de estudo, ilustrando o tipo de alojamento e a classificação das mesmas. Para uma descrição mais detalhada acerca de cada uma, consultar o apêndice II.

Tabela 2. Unidades Hoteleiras em Estudo

Unidades Hoteleiras		
Nome	Tipo de Alojamento	Classificação
Hotel Vanguarda	Hotel	3 estrelas
Hotel Lusitânia	Hotel	4 estrelas
Hotel Santos	Hotel	3 estrelas
Hotel Pombeira	Hotel	3 estrelas
Pensão Aliança	Alojamento Local	3 estrelas
Residência Felipe	Alojamento Local	3 estrelas
Solar Alarcao	Alojamento turismo rural	-----

Fonte: Elaboração Própria

3.3.2.2 *Eventos*

Na tabela apresentada, encontram-se os eventos que foram alvos de estudo, ilustrando a duração e a data de realização de cada um dos eventos no ano de 2019. Para uma descrição mais detalhada acerca de cada um, consultar o apêndice III.

Tabela 3. Eventos em Estudo

Eventos		
Nome	Duração	Data de realização (2019)
Feira Ibérica do Turismo	4 dias	2 a 5 de Maio
Guarda: Cidade Natal	1 mês	1 a 25 de Dezembro
Alta Passagem de Ano	1 noite	31 de Dezembro
GuardaFolia	5 dias	28 Fevereiro a 4 de Março

Verão em Alta	3 meses	Vários dias dos meses Julho, Agosto e Setembro
Feira Farta	2 dias	21 & 22 de Setembro

Fonte: Elaboração Própria

3.3.2.3 Participantes

A amostra é composta por 10 participantes, que correspondem aos três entrevistados diretamente envolvidos na organização dos eventos no município da Guarda em estudo e aos entrevistados das sete unidades hoteleiras que preenchem os critérios de seleção para o estudo, como podemos observar através da tabela 4.

Tabela 4. Participantes das Entrevistas

Nome	Função	Local
Carlos Chaves Monteiro	Presidente da Câmara Municipal da Guarda	Câmara Municipal
Carla Morgado	Assistente de Produção do Teatro Municipal da Guarda & Coordenadora do Projeto de Intervenção Cultural, Animação e Associativismo	Teatro Municipal, Intervenção Cultural, Animação e Associativismo
Joana Malaca	Produtora Executiva de Eventos do Projeto de Intervenção Cultural, Animação e Associativismo	Teatro Municipal, Intervenção Cultural, Animação e Associativismo
Vítor Gonçalves	Diretor Residencial	Residência Felipe
Marco Rodrigues	Diretor Alojamento Local	Pensão Aliança
Domingos Pinto	Diretor Hotel	Hotel Pombeira
Bruno Pires	Diretor Hotel	Hotel Lusitânia
Bruno Pires	Diretor Hotel	Hotel Vanguarda

Leonor Sousa	Diretora Turismo de Habitação	Solar de Alarcão- Turismo de Habitação
Carlos Santos	Diretor Hotel	Hotel Santos

Fonte: Elaboração Própria

3.3.3 Análise de Dados

De forma a analisar os resultados obtidos pelo método qualitativo, foi utilizada a análise temática das entrevistas. A utilização deste método permite identificar, analisar e compreender padrões comuns aos intervenientes (Braun & Clarke, 2006). Com base na revisão de literatura, foi possível encontrar segmentos de interesse no que se refere aos eventos, aos seus organizadores e às unidades hoteleiras. De seguida, os guiões das entrevistas foram desenvolvidos com o intuito de compreender detalhes fundamentais ao estudo, como referido em *Objetivos*. Após a transcrição das entrevistas e sua análise, foi possível identificar padrões comuns entre os órgãos do município e os responsáveis pelas unidades hoteleiras. Posteriormente, foram delineadas relações entre os conceitos considerados relevantes. Finalmente, o método permite a análise crítica e interpretação dos temas, respondendo aos objetivos propostos.

Tabela 5. Tópicos em Análise

Tópicos em Análise	
Unidades Hoteleiras	Município
Tipo de Turista	Razão do Investimento em Eventos Culturais
Benefícios da Realização dos Eventos	
Meio de Reserva	<i>Stakeholders</i> Envolvidos
Importância dos Eventos	
Eventos que atraem mais visitantes	
Comunicação entre o Município e as Unidades Hoteleiras	
Novas Estratégias de Marketing	Continuidade do Investimento em Eventos Culturais
Público Alvo: Turistas Culturais	Barreiras a Ultrapassar para Existir Maior Desenvolvimento no Turismo da Cidade
Desafios na Atração de Novos Clientes	Sugestões de Alterações aos Eventos Dinamizados

Fonte: Elaboração Própria

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Resultados

Nesta secção serão apresentados os resultados da análise das entrevistas realizadas. Esta secção divide-se em três partes: em primeiro lugar serão apresentados os resultados das entrevistas realizadas às unidades hoteleiras; em seguida, serão apresentados os resultados das entrevistas com os órgãos do município inquiridos e, por último, apresentar-se-á uma discussão, em que as perspectivas dos órgãos do município e dos diretores das unidades hoteleiras serão comparadas.

4.1.1 Unidades Hoteleiras

Nesta secção, apresentam-se os resultados relativamente às entrevistas realizadas aos diretores das unidades hoteleiras.

Tipo de Turista

O tipo de turista que visita e fica hospedado nas unidades hoteleiras da cidade da Guarda é bastante diversificado. O mercado *corporate* e os turistas de negócios são quem frequenta em maior número a Pensão Aliança. O Hotel Pombeira tem turistas hospedados de todo o tipo, tanto turistas culturais como turistas de negócios e também de lazer. O Solar Alarcão refere que a maior parte dos seus visitantes vem com o objetivo de conhecer a região e a cultura da cidade, vindo muitos também motivados pelos eventos dinamizados na cidade, classificando-se como turistas culturais. O Hotel Lusitânia, o Hotel Vanguarda e o Hotel Santos referem que o tipo de turista que fica hospedado nas unidades são maioritariamente turistas culturais, fazendo referência de que são tanto turistas nacionais e internacionais. O Hotel Lusitânia afirma ainda que a sua unidade hoteleira tem uma grande afluência de turistas provenientes de Israel. Os turistas são sobretudo culturais e de negócios, sendo tanto turistas nacionais como internacionais.

Público-Alvo: Turistas Culturais

Após questionar qual o tipo de turista que normalmente fica hospedado nas unidades hoteleiras, a análise procurou saber se os turistas culturais faziam parte do público-alvo das mesmas. A Residência Felipe foi a única que mencionou que os turistas culturais não integravam o seu público-alvo. As restantes seis, não só têm em conta as características associadas aos turistas culturais, como procuram atrair estes clientes ao alojamento nas suas unidades. Em termos de expressão percentual, o Hotel Lusitânia refere que 90% do seu público-alvo são os turistas culturais, demonstrando a extrema importância deste segmento. Quanto à relevância dos turistas culturais, apenas a Residência Felipe considera que este segmento não contribui positivamente para o aumento da taxa de ocupação da unidade. No entanto, esta relevância demonstra-se diferente dependendo da unidade hoteleira. Mais concretamente, a Pensão Aliança, menciona o impacto positivo dos turistas culturais na taxa de ocupação, unicamente durante os meses de julho, agosto e dezembro. As restantes cinco unidades hoteleiras revelam que os turistas culturais têm relevância na sua taxa de ocupação.

Meio de Reserva

Os turistas que visitam a cidade da Guarda reservam maioritariamente através de Agências de Viagens Online, nomeadamente Booking e Airbnb. Esta realidade é confirmada por quatro das unidades hoteleiras entrevistadas, o Hotel Lusitânia, o Hotel Vanguarda, o Hotel Pombeira e o Hotel Santos, que se referem a estas plataformas como meio “quase único”. No entanto, existem algumas exceções, como o caso da Pensão Aliança, que refere receber reservas pelo website e por telefone. Além disso, a Residência Felipe afirma que a maioria das suas reservas são efetuadas por telefone e o Solar Alarcão por e-mail, sendo neste caso as *Online Travel Agencies* utilizadas em menor número.

Importância dos Eventos

Conhecer a importância dos eventos dinamizados na cidade é um dos objetivos basilares na realização deste estudo, pelo que foi um dos pontos de análise ao longo de todas as entrevistas. Das sete unidades hoteleiras entrevistadas, apenas duas, o Hotel Lusitânia e o Hotel Vanguarda, não atribuíram elevada importância aos eventos, considerando-os apenas na sua planificação anual, explicando que os eventos não trazem muitos turistas às suas unidades hoteleiras. Contudo, têm atenção à realização dos eventos. As restantes cinco unidades hoteleiras atribuem uma forte importância aos eventos por estes aumentarem o número de visitantes na cidade e

consequentemente nas próprias unidades hoteleiras. Além disso, associam positivamente os eventos ao aumento do número de dormidas, ao aumento da taxa de ocupação, considerando-os como um elemento relevante no combate da sazonalidade sentida nos estabelecimentos hoteleiros. Acrescentando que o diretor da unidade hoteleira Pensão Aliança, referiu que: “Houve um *boom* de eventos nos últimos anos e nota-se claramente uma maior procura do número de quartos nessas datas.”

Eventos que atraem mais visitantes

Em relação à tipologia de eventos que contribui de forma mais positiva à atração de visitantes às suas unidades hoteleiras, as respostas foram bastante diversificadas. A Residência Felipe e o Solar Alarcão referem os eventos desportivos como os principais focos de atração de turistas. O Hotel Lusitânia e o Hotel Vanguarda, como mencionado anteriormente, não atribuem particular relevância a eventos culturais. Assim sendo, estas unidades hoteleiras consideram que os eventos realizados servem maioritariamente a comunidade local, sendo rara a relação direta entre estes e o aumento da taxa de ocupação. O Hotel Pombeira refere a Feira Ibérica do Turismo (FIT) como o evento que mais contribui para a atração de turistas à sua unidade. A Pensão Aliança, tal como a anterior unidade, refere a Feira Ibérica do Turismo (FIT), adicionando, ainda, os eventos a Cidade Natal e a GuardaFolia. Os diretores das unidades hoteleiras Hotel Santos e Pensão Aliança consideram que os eventos que trazem mais turistas às suas unidades hoteleiras são a Cidade Natal, a GuardaFolia e a Alta Passagem de Ano.

Benefícios da Realização de Eventos

A existência de benefícios com a realização dos eventos foi uma questão positivamente respondida por todas as unidades hoteleiras. A Residência Felipe refere que o sucesso das ações dos eventos é independente da sua dimensão, sendo que todas refletem efeitos positivos na unidade hoteleira. O Hotel Pombeira, o Hotel Santos e a Pensão Aliança demonstram grande interesse na existência de eventos. Mais concretamente, é mencionada a contribuição para o aumento do número de dormidas, bem como as refeições servidas no restaurante no caso da Pensão Aliança. Quando questionados sobre os principais beneficiados com a realização dos eventos, as respostas foram mais uma vez muito semelhantes. A maioria dos entrevistados menciona a hotelaria e a restauração. Além disso, quatro das sete unidades referem ainda a comunidade e o comércio local como instituições que beneficiam com a realização de eventos.

Novas Estratégias de Marketing

Durante as entrevistas, as unidades hoteleiras foram questionadas sobre as estratégias de marketing para atração de novos clientes, bem como a existência de alterações das mesmas em função dos eventos. Na consequência do aumento da frequência de realização de eventos na Guarda. A maioria dos diretores responderam que não existiu qualquer alteração ao longo do tempo, sendo os responsáveis pelas seguintes unidades hoteleiras: Residência Felipe, Hotel Lusitânia, Hotel Vanguarda, Hotel Santos e Solar Alarcão. Em oposição, o Hotel Pombeira afirma a existência de alterações, referindo que: “(...) hoje em dia o marketing é uma coisa que o hotel faz e nunca pode deixar de fazer, mas hoje em dia os operadores e as OTAs (Agências de Viagens Online) já fazem esse processo por nós. O fator da localização é uma estratégia utilizada através de pontos de acesso a pontos turísticos fora da cidade e para o centro da cidade (...)”. Finalmente, o diretor da unidade hoteleira Pensão Aliança também afirmou que alteraram algumas estratégias, nomeadamente a remodelação do *website* e o início da publicitação das ofertas do restaurante e da unidade hoteleira através do *website* e das redes sociais.

Com base nas respostas das unidades hoteleiras entrevistadas é assim possível concluir que não existiram alterações relevantes às estratégias de marketing na sequência do aumento da frequência de realização de eventos.

Comunicação entre o Município e as Unidades Hoteleiras

Os representantes das unidades hoteleiras foram questionados relativamente à existência de comunicação entre o município da Guarda e as unidades hoteleiras da cidade. O Hotel Pombeira refere que não existe comunicação entre o município e a sua unidade hoteleira, nomeadamente que não existe pareceria por sua decisão. A Pensão Aliança, de igual modo, afirma não existir qualquer tipo de comunicação com o município. O Solar Alarcão refere que é raro existir comunicação, mas que por vezes acontece. A Residência Felipe, por outro lado, confirma a existência de cooperação entre o município e as principais unidades hoteleiras. Mais concretamente, dependendo do evento, poderá existir a possibilidade de patrocínios, sendo que o município alterna as unidades com quem trabalha. O Hotel Lusitânia e o Hotel Vanguarda referem que não existem comunicações de voz ativa, mas que existem parcerias com o município. Do mesmo modo, também o Hotel Santos afirma existir comunicação, mas apenas na divulgação dos eventos e nas parcerias com a unidade hoteleira.

Desafios na Atração de Novos Clientes

Em relação aos desafios que as unidades hoteleiras enfrentam na atração de novos clientes, o Hotel Vanguarda e o Hotel Lusitânia afirmaram que um dos maiores desafios é a escassa oferta turística. Mais concretamente, estas unidades hoteleiras referem que: “(...) temos um centro histórico reduzido, temos uma rede de judiarias que os turistas conseguem ver e visitar numa manhã, o turista que vem é de passagem só não pernoita na cidade”. O diretor do Hotel Lusitânia referiu ainda que, na sua opinião, há falta de promoção da oferta turística, das paisagens e das rotas históricas da cidade.

A estratégia delineada pelo Hotel Pombeira na atração de novos clientes tem por base a aposta no lazer, referindo que: “(...) cada vez mais os hotéis têm que dar mais ao cliente e é nesse âmbito que vamos trabalhar. O hotel está em constante modernização e no meu entender este processo é fundamental. A política do hotel vai ter como base a inovação.” O diretor do Hotel Santos menciona a necessidade de alterar a exposição que o hotel tem, aumentando a divulgação do mesmo quer online como nos métodos tradicionais. O diretor da Pensão Aliança, dada a limitação a nível de infraestruturas, e consequentemente dos serviços oferecidos, afirma que a estratégia mais eficiente é manter o foco no segmento que tem maior preferência pela localização de centro da cidade. No caso da Residência Felipe, o diretor afirma que a sua principal estratégia é o preço competitivo relativamente às restantes unidades hoteleiras na cidade. Finalmente, o Solar Alarcão afirma que o cliente que costuma pernoitar na sua unidade é muito específico, sabe aquilo que quer e aquilo que procura. Devido à limitação de capacidade de alojamento não lhes é permitido investir e apostar nestes desafios na atração de novos clientes.

4.1.2 Município

Nesta secção, apresentam-se os resultados relativamente às entrevistas realizadas aos órgãos do município da Guarda.

Razão do Investimento em Eventos Culturais

O investimento nos eventos culturais na cidade da Guarda apenas se evidenciou ao longo dos últimos anos. Deste modo, durante as entrevistas, os diferentes intervenientes foram questionados sobre a razão para a realização deste tipo de eventos. O Presidente da Câmara

Municipal da Guarda refere que este investimento é fundamentalmente em prol da comunidade da cidade, do desenvolvimento da região, da atração de pessoas ao território e também do dinamismo económico. Além disso, menciona ainda: “A cultura é um elemento estratégico porque é acessível a todos e nós. Queremos torná-la ainda mais acessível a todos e através da cultura vamos ao encontro de certas necessidades que nós consideramos fundamentais para o desenvolvimento”. A Produtora Executiva de Eventos do Setor de Intervenção Cultural, Animação e Associativismo afirma que não existiu um momento específico para o investimento na realização de eventos culturais, mas sim a resposta a uma necessidade estratégica. Mais concretamente, a mesma refere que os eventos culturais preenchem a lacuna de baixas taxas de ocupação nas épocas mais baixas do ano. A Produtora Executiva de Eventos afirma ainda: “Para além do lazer que se proporciona aos próprios residentes da cidade, há essa necessidade de captação de novas pessoas na nossa cidade e de dar a conhecer a nossa cultura. Há uma necessidade de criar novas ofertas culturais quer para os residentes quer para os visitantes da cidade”. Contrastando com a visão do Presidente da Câmara, focada na comunidade local, a Produtora Executiva de Eventos apresenta assim uma visão com dois focos, os egitanenses e os visitantes ou turistas.

Importância dos Eventos

Em relação à importância dos eventos realizados, procurou também conhecer-se o ponto de vista dos órgãos do município, à semelhança do que ocorreu com as unidades hoteleiras. O Presidente da Câmara, não só destaca a extrema relevância dos eventos, como também relaciona o sucesso dos mesmos com a ação das unidades hoteleiras, nomeadamente as condições e comodidades que providenciam aos visitantes da cidade. O entrevistado refere ainda que: “(...) se as unidades hoteleiras investem à espera de ter maior número de pessoas, o município também tem um papel determinante em criar essa atração, para fazer com que as unidades hoteleiras possam ser dinamizadas”. A Coordenadora do Setor de Intervenção Cultural, Animação e Associativismo refere a importância dos eventos na cidade, exemplificando: “Durante a Passagem de Ano e o Carnaval não há capacidade hoteleira para tanta gente, para tanta procura. É um impacto muito positivo para as unidades hoteleiras e penso que para a restauração também”. Do mesmo modo, a Produtora Executiva de Eventos considera fundamental a realização de eventos para as unidades hoteleiras da cidade, destacando essa importância em particular face à realidade do interior do país e dos desafios associados. Além disso, a mesma refere a rotatividade de clientes e turistas como um ponto fundamental do

sucesso das unidades hoteleiras, sendo esta facilitada pela realização de eventos culturais na região, contrariando a tendência de despovoamento do interior.

Benefícios dos Eventos

Os órgãos do município, à semelhança das unidades hoteleiras, foram inquiridos sobre a existência de benefícios decorrentes da realização dos eventos. Os diversos entrevistados consideram a existência de pontos favoráveis, nomeadamente a nível da imagem que a cidade adquire, o aumento do dinamismo no território e os proveitos para a economia, restauração, hotelaria e comércio local. A Coordenadora do Setor de Intervenção Cultural, Animação e Associativismo acrescenta ainda: “Claro que sim, se não também não trabalharia nesta área. Os benefícios são bastantes, o sentimento de pertença e orgulho naquilo que a cidade oferece a quem passa por cá. O trabalho com as comunidades e o envolvimento nestes projetos é uma mais valia ao nível social para ultrapassar a questão da solidão dos idosos nas aldeias”. Em relação aos beneficiários dos eventos, o Presidente da Câmara afirma que são a comunidade, a população da cidade, e acrescenta: “(...) porque a política é feita para a comunidade e dessa forma a política tem que apresentar à população projetos, ações que valorizem o bem comum”. Na opinião da Assistente de Produção do Teatro Municipal, os principais beneficiados são as pessoas que assistem aos eventos, considerando cada evento como uma experiência distinta. Não obstante, a mesma considera que nos grandes eventos quem beneficia mais é a cidade devido à grande movimentação de pessoas. A Produtora Executiva de Eventos referiu os serviços locais, a economia local e os participantes dos eventos como os principais beneficiados.

Os entrevistados foram também questionados acerca das potenciais desvantagens da organização de eventos. Novamente em unanimidade, os entrevistados responderam negativamente a esta questão. Na ótica do Presidente da Câmara, não existem desvantagens na realização dos eventos, sendo que toda a capacidade de ação que o município tiver tem sempre um retorno positivo. A Coordenadora do Setor de Intervenção Cultural, Animação e Associativismo e a Produtora Executiva de Eventos do mesmo setor reforçam também as vantagens da realização dos eventos ao invés das desvantagens, mencionando que essa perceção advém dos resultados dos eventos organizados na cidade.

Eventos que atraem mais visitantes

Os órgãos do município da cidade elegeram a Cidade Natal como um dos eventos que atrai mais visitantes à cidade. O Presidente da Câmara referiu ainda que na sua opinião o Simpósio de Arte Contemporânea, a Feira Farta e a Feira Ibérica do Turismo são outros eventos relevantes em termos de número de visitantes. A Assistente de Produção do Teatro Municipal e Coordenadora do Setor de Intervenção Cultural, Animação e Associativismo elegeu a Alta Passagem de Ano, a GuardaFolia e a Feira Ibérica do Turismo como os eventos que atraem mais visitantes à cidade. A Produtora Executiva dos Eventos na sua opinião aliou à já elegida Cidade Natal, a Alta Passagem de Ano e a Noite Branca como os eventos que atraem mais pessoas.

Stakeholders Envolvidos

Em relação aos *stakeholders* envolvidos na realização dos eventos, o Presidente da Câmara enuncia a participação de inúmeros agentes, nomeadamente as freguesias, associações culturais e desportivas, operadores do turismo locais, regionais, nacionais, empresas ligadas ao ramo automóvel, logística, empresas multinacionais com apoios financeiros e logísticos. Sobre este tema, o mesmo afirma: “Queremos o maior número de envolvidos, não fazemos apenas para alguns, é o coletivo que ganha”. A Produtora Executiva de Eventos afirmou de igual forma o número elevado de agentes, dando o exemplo: “(...) na passagem de ano, só nesse evento vêm setenta pessoas de fora (...)”.

Sugestões de Alterações aos Eventos Dinamizados

Ao longo dos anos, os eventos têm vindo a sofrer alterações, com a supressão, desenvolvimento ou inserção de novos eventos no calendário anual da cidade. Desde modo, questionaram-se os órgãos do município sobre potenciais sugestões de eventos ou alterações com impactos positivos na comunidade e turistas. Sobre o tema, o Presidente da Câmara refere que os projetos realizados são passíveis de alterações consoante as necessidades, tendo como principal objetivo a maximização do sucesso do evento. Em contraste, a Produtora Executiva de Eventos refere que, tendo em conta o panorama atual dos eventos, não está planeada a alteração do modo como são organizados. Mais concretamente, sobre o evento de passagem de ano, a mesma afirma: “(...) nós já não temos por onde crescer ali, há coisas efetivamente a melhorar em todos os eventos, mas até é mais a nível interno (...)”. Adicionalmente, na opinião da Produtora Executiva de Eventos, não há potencial de melhoria na atração e captação de pessoas, no entanto

admite potenciais mudanças a nível interno e dos agentes locais. A Coordenadora do Setor de Intervenção Cultural, Animação e Associativismo tem a opinião que as alterações passam pela participação das pessoas, referindo: “Acima de tudo no território, o envolvimento das comunidades é cada vez mais importante e fundamental para se quisermos preservar as nossas tradições, os nossos costumes. Continuando esta dinâmica e toda a envolvimento que se gera, as pessoas estarão com outra disposição a participar cada vez mais nos eventos”.

Comunicação entre o Município e as Unidades Hoteleiras

Compreender se existe cooperação entre os órgãos do município e as unidades hoteleiras da cidade é um dos objetivos do estudo. Deste modo, questionaram-se os órgãos do município sobre a potencial comunicação com as unidades hoteleiras, sobre o papel de cada agente na realização dos eventos e de eventuais parcerias entre ambos. O Presidente da Câmara confirma que existe comunicação entre o município e as unidades hoteleiras, afirmando: “(...) nós temos acordos realizados com algumas unidades hoteleiras no sentido de potenciar algumas facilidades daquilo que são os custos que o município tem com os eventos”. Estes acordos têm como objetivo principal providenciar a estadia a empresas contratadas pelo município que estão envolvidas na organização dos eventos. Além disso, o mesmo admite que o principal ponto de partida para a comunicação existente é o município, e não as unidades hoteleiras. Não obstante, o presidente confirma a importância da comunicação e cooperação dos dois agentes e afirma que esta comunicação deve ser aprofundada para que no futuro seja possível encontrar soluções conjuntas. A Assistente de Produção do Teatro Municipal referiu que da parte do teatro existe cooperação, quando os eventos proporcionam a visita de turistas de experiências e aí sim, realiza-se a comunicação com as unidades hoteleiras. Quanto à existência de parcerias, a Assistente de Produção do Teatro Municipal refere que apesar de não existirem formalmente, existe disponibilidade e receptividade por parte do município para aceitar parcerias e sugestões das unidades hoteleiras. A Produtora Executiva de Eventos afirmou que existe comunicação com as unidades hoteleiras, nomeadamente para a promoção e divulgação de eventos. Mais concretamente, as unidades hoteleiras promovem a agenda cultural aos clientes no momento em que estão hospedados. Quanto à existência de parcerias com as unidades hoteleiras a Produtora Executiva de Eventos referiu que: “(...) normalmente nós até temos pacotes que fazemos com as unidades hoteleiras. Nomeadamente o município, sempre que há um grande evento, temos protocolos com as unidades hoteleiras para as pessoas que trabalham connosco ficarem lá hospedadas. Existe essa boa comunicação e essa parceria do município e dos hotéis”.

Continuidade do Investimento em Eventos Culturais

A cidade da Guarda tem vindo a desenvolver um plano de candidatura a capital europeia da cultura para 2027 (Observador, 2020). Deste modo, foi fundamental compreender qual a variação e direção de investimento pelos órgãos do município, não só para a área cultural, mas também para os restantes segmentos de interesse. O Presidente da Câmara afirma que o investimento em eventos culturais continuará a ser uma aposta do município, aliado a outras áreas como a ação social, a residência de estudantes e o sector empresarial, segmentos igualmente estruturais para este órgão, acrescentando que, com a candidatura a capital europeia para 2027, o investimento irá aumentar ainda mais. A Produtora Executiva de Eventos partilha a visão do Presidente da Câmara, mencionando: “(...) vamos continuar neste registo dos eventos culturais, aliados sempre a outras áreas como a educação e o desporto”. A Assistente de Produção do Teatro Municipal e Coordenadora do Setor Intercultural, Animação e Associativismo referiu que os eventos culturais continuarão a ser um alvo para a instituição. Além disso, afirma a extrema importância de existir um investimento constante nesta área dada a recente decisão de candidatura da cidade a Capital Europeia da Cultura. Finalmente, a mesma declara: “uma área onde eu considero que deveria haver uma grande aposta é no desporto, nos eventos desportivos, são muito importantes. Considero uma área ainda a ser explorada e deveria haver maior investimento”.

Barreiras a Ultrapassar para Existir Maior Desenvolvimento no Turismo da Cidade

De forma a mais eficazmente desenvolver os eventos culturais atualmente desenvolvidos, os órgãos do município foram questionados sobre potenciais barreiras passíveis de ultrapassar. Na ótica do Presidente, a maior necessidade está relacionada com o diálogo entre os intervenientes participantes no turismo. Mais concretamente, o mesmo considera essencial existir mais discussão específica sobre o desenvolvimento turístico do território da Guarda, e também apoiar iniciativas quer do município quer das unidades hoteleiras, de forma a integrá-las em novos projetos, criando dinamismo económico e turístico.

4.1.3 Comparação das Perspetivas do Município e das Unidades Hoteleiras

Para compreender melhor o impacto que os eventos culturais têm no turismo na cidade, foram elaboradas algumas perguntas semelhantes nas entrevistas aos órgãos do município da Guarda

e às unidades hoteleiras da cidade, com o objetivo de perceber se existe a mesma percepção sobre o real impacto que os eventos culturais causam na cidade e sobre a articulação entre o município e as unidades hoteleiras relativamente aos eventos realizados.

Importância dos Eventos

Primeiramente, é importante compreender se a importância dada à realização dos eventos é considerada por todos. Os três órgãos do município que participaram nas entrevistas afirmaram que os eventos são ações de enorme importância realçando que são uma peça chave na atração de visitantes à cidade. Das sete unidades hoteleiras entrevistadas, apenas duas delas, o Hotel Lusitânia e o Hotel Vanguarda, não atribuem uma importância fundamental à realização dos eventos, as restantes cinco unidades hoteleiras afirmaram que os eventos aumentam as suas taxas de ocupação, bem como ajudam a combater o fator da sazonalidade e que atraem novas pessoas.

Benefícios dos Eventos

Quanto aos benefícios da realização dos eventos, os dez participantes entrevistados afirmaram unanimemente que estes são elevados. Além disso, realçam que as unidades hoteleiras e a restauração da cidade é quem mais ganha com a organização dos eventos, seguindo-se a comunidade e o comércio local, mencionado por sete dos dez participantes. O dinamismo e o movimento de pessoas pela cidade também foram benefícios referidos durante as entrevistas.

Eventos que atraem mais visitantes

Os eventos mencionados sobre a atração de visitantes à cidade da Guarda foram semelhantes nas dez entrevistas realizadas, destacando-se os eventos da Cidade Natal, GuardaFolia, Alta Passagem de Ano e Feira Ibérica do Turismo. O Presidente da Câmara Municipal acrescentou a esta lista o Simpósio de Arte Contemporânea e as Unidades Hoteleiras, Residência Felipe e Solar Alarcão acrescentaram os eventos desportivos como os eventos que trazem mais pessoas.

Comunicação entre o Município e as Unidades Hoteleiras

O Presidente da Câmara e a Produtora Executiva de Eventos referiram que existem parcerias com algumas unidades hoteleiras na medida da divulgação e no potenciamento de facilidades aquando a realização dos eventos. O Hotel Santos, o Hotel Vanguarda e o Hotel Lusitânia afirmaram que existem parcerias com as suas unidades hoteleiras. A Residência Felipe afirmou

que o município alterna as unidades hoteleiras com quem trabalha nos diversos eventos realizados. As restantes três unidades hoteleiras referiram que não existe qualquer tipo de parceria com as suas unidades. As sete unidades hoteleiras entrevistadas referem que existe falta de comunicação por parte do município, não havendo uma comunicação com voz ativa quando é estabelecido qualquer tipo de comunicação.

Tendo em consideração as opiniões de ambos os intervenientes, é possível constatar uma divergência de opinião quanto à eficácia da comunicação. A Produtora Executiva de Eventos considera que a divulgação da agenda cultural é um método de comunicação, enquanto as unidades hoteleiras demonstram não ter a mesma opinião. Deste modo, é possível concluir que existem algumas questões relativas à eficácia de comunicação, especialmente por pressupor um processo de partilha bilateral. Finalmente, mencionar ainda que o Presidente demonstra abertura no que se refere ao aumento e melhoria da comunicação interinstitucional, apresentando assim sinais positivos de proatividade neste tema.

4.2 Discussão de Resultados

Como mencionado na secção 3.2, Objetivos do Estudo, o presente estudo pretende compreender a forma como os eventos culturais dinamizados na cidade da Guarda têm impacto nas unidades hoteleiras. Por um lado, os eventos analisados são organizados pelos órgãos do município, pelo que foi fundamental compreender quais as razões para o investimento nos mesmos. Por outro lado, as unidades hoteleiras são as entidades que permitem a permanência dos visitantes na cidade, tendo, por isso, sido fundamental compreender de que forma os mesmos eventos alteram as suas dinâmicas.

A intenção do investimento foi sem dúvida uma das questões de maior relevância para o presente estudo. A visão do município na organização de eventos culturais mostrou-se não só focada na comunidade local, mas também na atração de novos visitantes. Estes eventos são vistos como uma forma de divulgar a cultura da região e promover a cidade. Os órgãos do município demonstraram ainda interesse na criação de estratégias de combate à sazonalidade das unidades hoteleiras com a organização dos eventos culturais. Apesar de não ter sido especificado por nenhum participante, esta visão pode ser exemplificada por alguns dos eventos em estudo apresentarem duração superior a um dia, permitindo assim a pernoita dos visitantes

nas unidades hoteleiras. Podemos assim afirmar que a perspectiva do município neste parâmetro favorece o sector de alojamento da cidade.

A análise considerou também os benefícios associados aos eventos culturais, tanto para os órgãos do município, como para as unidades hoteleiras. De forma a que os benefícios de ambos sejam maximizados, é necessário existir um alinhamento de perspetivas. Mais concretamente, foi fundamental compreender se as vantagens que o município pretende providenciar têm ou não expressão na atividade do sector hoteleiro. Segundo os órgãos do município, os eventos culturais têm impactos positivos na sociedade, pelo dinamismo da imagem da região, e na economia, pelo maior número de visitantes na cidade e consequentemente nas unidades hoteleiras e de restauração. Por outro lado, algumas unidades hoteleiras admitem beneficiar com os eventos culturais organizados pelo município, nomeadamente devido ao aumento da procura por parte dos visitantes dos mesmos. Em contraste com a maioria, duas das principais unidades hoteleiras, o Hotel Vanguarda e o Hotel Lusitânia, referem não beneficiar dos eventos, sendo que, na sua opinião, apenas a comunidade local e o sector da restauração são impactados. Podemos assim afirmar que, apesar de a visão do município estar também focada nos potenciais benefícios dos eventos culturais para as unidades hoteleiras, nem todas os consideram como influenciando a sua taxa de ocupação. A limitação encontrada na falta de alinhamento da visão dos intervenientes, mais concretamente com as unidades hoteleiras referidas anteriormente, pode, no entanto, ter origem em fatores externos. Mais concretamente, o preço elevado pode inibir a decisão de compra dos visitantes durante os eventos culturais dinamizados.

Após serem analisados os benefícios associados aos eventos culturais e concluindo-se que esta não é uma questão unânime para todas as entidades entrevistadas, procurou compreender-se se existiriam potenciais barreiras ou limitações à realização dos eventos culturais. Mais concretamente, avaliar a existência de comunicação e cooperação interinstitucional. Segundo os órgãos do município, o Presidente da Câmara e a Produtora Executiva de Eventos, existem parcerias com as unidades hoteleiras para divulgação dos eventos dinamizados. Para além disso, destacam ainda algumas unidades hoteleiras como parceiras, na medida em que facilitam alojamento a intervenientes na organização ou trabalhadores dos eventos. As unidades hoteleiras Hotel Santos, Hotel Vanguarda, Hotel Lusitânia e Residência Felipe admitem a existência de parcerias e por vezes patrocínio a eventos realizados pelo município. Em contraste, as restantes três unidades hoteleiras participantes referem que não existe qualquer parceria. Relativamente à comunicação, todas as unidades hoteleiras intervenientes no estudo

admitem existir grandes lacunas neste segmento sendo que, mesmo quando a comunicação é estabelecida, não lhes é permitido realizar uma participação ativa no diálogo. Deste modo, é possível concluir que as falhas na comunicação interinstitucional são uma realidade na perspetiva das unidades hoteleiras.

Relativamente aos benefícios e potenciais barreiras mencionadas nas entrevistas às unidades hoteleiras, Hotel Vanguarda e Hotel Lusitânia, é possível concluir que existe algum conflito de resposta. Os dois hotéis admitem estar incluídos no processo de comunicação e dinamização dos eventos culturais, no entanto, rejeitam o facto de beneficiarem dos mesmos. Mais concretamente, consideram que a sua taxa de ocupação não é afetada pelo tipo ou número de eventos culturais realizados pelo município. Considerando o Hotel Santos e a Residência Felipe, ambos afirmam a existência de comunicação e parcerias bem como os benefícios associados, nomeadamente o número de dormidas no decorrer dos eventos culturais. Finalmente, as três unidades hoteleiras, Solar do Alarcão, Pensão Aliança e Hotel Pombeira, apesar de não contarem com patrocínios ou um fator de comunicação eficiente da parte do município, acreditam beneficiar com a dinamização dos eventos culturais. Assim, é também possível concluir que apesar de a comunicação interinstitucional apresentar lacunas, tal não significa que não haja impactos positivos decorrentes dos eventos culturais para as unidades hoteleiras. Pelo contrário, a maioria afirma beneficiar destes eventos.

De modo a compreender quais as características de organização favoráveis ao impacto positivo nas unidades hoteleiras, foi essencial perceber quais os eventos culturais que atraem mais visitantes à cidade e também mais procura de alojamento. Segundo os órgãos do município, esses eventos são a Cidade Natal, a GuardaFolia, a Alta Passagem de Ano e a Feira Ibérica do Turismo. Em conformidade com os órgãos do município, as unidades hoteleiras participantes no estudo referem os mesmos eventos como os que suscitam um maior número de visitantes às suas unidades hoteleiras. Dos eventos culturais mencionados, é possível concluir que a duração é sempre superior a três dias, à exceção da Alta Passagem de Ano. Este fator, duração, está em linha com a visão do município, em organizar eventos que permitam a pernoita dos turistas na cidade, potenciando o impacto positivo que as unidades hoteleiras referem. Além disso, os eventos mencionados ocorrem em diferentes alturas do ano, contribuindo positivamente para o combate à sazonalidade sofrida pelas unidades hoteleiras. Exemplificando, o evento FIT, Feira Ibérica do Turismo, realizado em maio, contribuiu positivamente para o aumento da taxa de ocupação de algumas unidades hoteleiras, como mencionado pelas mesmas.

5. CONCLUSÃO

5.1 Considerações Gerais

O tema desta dissertação surgiu, como referido na introdução, pela constatação do aumento do investimento em eventos culturais na cidade da Guarda, o que levou à questão sobre a importância que estes podem ter nas unidades hoteleiras da cidade.

A revisão de literatura dentro da temática do turismo cultural e dos eventos culturais sugere que o consumo de cultura está a crescer e que o turismo é um dos grandes responsáveis por este crescimento (Richards, 1996). A cultura é, assim, um meio cada vez mais utilizado e importante na forma como o turista consegue tirar o máximo proveito da sua visita (Ritzer, 1999). Além disso, o consumo da cultura e a organização de eventos culturais são definidos como uma forma de desenvolvimento da cidade, tornando-a mais atrativa, com uma melhor imagem e melhores condições habitacionais (Richards & Palmer, 2010).

A cidade da Guarda tem vindo a acompanhar a tendência prevista na revisão de literatura, com o aumento gradual do investimento em diversas atividades e eventos culturais. O contacto estabelecido com os responsáveis pela dinamização deste segmento de eventos e com as principais unidades hoteleiras da cidade permitiu uma análise ao tema proposto.

De modo a responder à questão principal “Qual a importância dos eventos culturais para as unidades hoteleiras na cidade da Guarda”, foi necessário analisar em detalhe certas ações e relações entre os intervenientes.

O investimento do município nos eventos culturais é focado, não só na comunidade local, mas também na atração de visitantes à cidade, o que traz benefícios para as unidades hoteleiras. De igual relevo, o fator *duração* dos eventos culturais parece aumentar os impactos positivos para as unidades hoteleiras, estimulando a pernoita dos participantes. Finalmente a realização de eventos em alturas específicas do ano contribui para o combate à sazonalidade, verificando-se como um ponto fundamental a favor das unidades hoteleiras, dinamizando as suas ofertas nas épocas mais baixas.

Considerando que os eventos culturais na cidade da Guarda são desenvolvidos pelo município, considerou-se igualmente importante estudar qual o nível de comunicação interinstitucional e de que forma a mesma tem impacto nas unidades hoteleiras. Após uma detalhada análise, foi possível concluir que, apesar de a comunicação ser escassa entre as instituições, este fator não é decisivo no que se refere ao impacto dos eventos para as unidades hoteleiras, sendo, no entanto, mencionado como uma potencial barreira ou limitação. No entanto, é possível que com uma melhoria da comunicação esse impacto positivo possa ser ainda maior.

A promoção regional, incluindo não só produtos locais mas também um vasto leque de tradições e segmentos de cultura, caracteriza os eventos mencionados como os principais responsáveis pela atração de visitantes à cidade e também às unidades hoteleiras. Entre eles, podem ser citados a GuardaFolia, Cidade Natal e Feira Ibérica do Turismo, todos representativos de grande dinamismo.

Em modo de conclusão, os eventos culturais demonstraram assim ter um impacto positivo nas unidades hoteleiras na cidade da Guarda, permitindo o aumento da procura, a dinamização das suas ofertas e contribuindo positivamente para a evolução do sector na cidade.

5.2 Limitações da Investigação

O presente estudo apresenta limitações que têm de ser consideradas. Devido ao uso de uma abordagem qualitativa e de uma abordagem de reduzida dimensão, os resultados não podem ser generalizáveis e não será possível realizar extrapolações para outros contextos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andereck, K., Valentine, K., Knopf, R. Vogt, C. (2005). Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts. *Annals of Tourism Research*. 32(4). Retirado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738305000770>. doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001
- Barbosa, F.F. (2005). O Turismo como um fator de desenvolvimento local e/ ou regional. *Caminhos de Geografia*. 10(4). 107-114. Retirado de <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/15380>
- Barretto, M. (2003). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 13ª ed. Campinas: Papirus.
- Beira. (2019). *Página Inicial*. Retirado a 13 de Janeiro de 2020, <https://beira.pt>
- Blesic, I., Pivac, T., Dordevic, J., Stamenkovic, I., Janicevic, S. (2012). Cultural events as part of cultural tourism development, Case study: Sombor and Apatin (Serbia). *Acta Geographica Slovenica*. 54(2). Retirado de https://www.researchgate.net/publication/273222933_Cultural_events_as_part_of_cultural_tourism_development_Case_study_Sombor_and_Apatin_Serbia. 10.3986/AGS54406
- Bowdin, G., Allen, J., O'toole, W., Harris, R., McDonnel, I. (2006) *Events Managment*. 2ª edição. Great Britain: Elsevier Ltd
- Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2). pp. 77-101. Retirado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706qp063oa>
- Cunha, L. (2013). *Introdução ao turismo*. 5ª ed. Lisboa: Lidel.
- Du Cros, H. and McKercher, B. (2015). *Cultural Tourism*. 2ª ed. New York: Routledge.
- Felsenstein, D., Fleischer, A. (2003). Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure. *Journal of Travel Research*. 41. Retirado de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0047287503041004007>. doi.org/10.1177/0047287503251548
- Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. Van Nostrand: New York
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. 2ª edição. New York: Cognizant Communication Corporation
- Gyr, U. (2010). The history of tourism: structures on the path to modernity. Retirado de <http://ieg-ego.eu/en/threads/europe-on-the-road/the-history-of-tourism>
- Hall, C. M. (1992). *Hallmark tourist events*. London: Bellhaven Press.

- Hall, C.M. (1997). *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management and Planning*. Chichester. John Wiley & Sons
- Hotel Lusitânia. (2018). *Hotel Lusitânia*. Retirado a 20 de Novembro 2019, <http://www.hotellusitania.pt>
- Hotel Pombeira. (2018). *Hotel Pombeira*. Retirado a 22 de Novembro 2019, <https://www.hotelpombeira.com/pt-pt>
- Hotel Santos. (2013). *Hotel*. Retirado a 20 de Novembro 2019, <http://www.hotelsantos.pt/residencial.htm>
- Hotel Vanguarda. (2018). *Hotel Vanguarda*. Retirado a 20 de Novembro 2019, <http://www.hotelvanguarda.com.pt>
- Infopedia. (2020). *Crise Mundial dos anos 70*. Retirado a 18 de Janeiro 2020, [https://www.infopedia.pt/\\$crise-mundial-dos-anos-70](https://www.infopedia.pt/$crise-mundial-dos-anos-70)
- Jafari, J. (1992). Cultural tourism and regional development. *Annals of Tourism Research*. 19(3). 576-577. Retirado de https://www.researchgate.net/publication/238377898_Cultural_tourism_and_regional_development. 10.1016/0160-7383(92)90143-D
- Jago, L.K and Shaw, R.N. (1998). Special Events: A conceptual and differential framework. *Festival Management and Event Tourism*. 5. 21-32. Retirado de <https://www.ingentaconnect.com/content/cog/fmet/1998/00000005/f0020001/art00003>. doi.org/10.3727/106527098792186775
- Janiskee, R. (1996). Historic houses and special events. *Annals of Leisure Research*. 23(2). 398-414. Retirado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738395000690>. doi.org/10.1016/0160-7383(95)00069-0
- Jovicic, D. (2014). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*. Retirado de https://www.researchgate.net/publication/271938862_Cultural_tourism_in_the_context_of_relations_between_mass_and_alternative_tourism. 10.1080/13683500.2014.932759
- Liu, Y. (2012). Cultural Events and Cultural Tourism Development: Lessons from the European Capitals of Culture. 498-514. Retirado de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09654313.2012.752442>. doi.org/10.1080/09654313.2012.752442
- Município da Guarda. (2016). *Município da Guarda*. Retirado a 13 de Novembro de 2019, <https://www.mun-guarda.pt/Portal/default.aspx>
- O Interior. (2019). *Home*. Retirado a 14 de Janeiro 2020, <https://www.ointerior.pt>
- Observador. (2016). *Diretor da Guarda Capital Europeia da Cultura 2027 promete candidatura sólida*. Retirado a 26 de Janeiro 2020,

<https://observador.pt/2020/01/16/diretor-da-guarda-capital-europeia-da-cultura-2027-promete-candidatura-solida/>

Patton, M. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (pp. 169-186). Beverly Hills. CA: Sage

Pensão Aliança. (2019). *Pensão Aliança*. Retirado a 21 de Novembro 2019, <https://pensaoalianca.pt>

Pivac, T., Blesic, I., Stamenkovic, I., Besermenji, S. (2011). Event management and consumer satisfaction in tourism industry. *African journal of business management*. 5(34). Retirado de https://www.researchgate.net/publication/265583622_Event_management_and_consumer_satisfaction_in_tourism_industry. doi.org/10.5897/AJBM11.1641

Pordata. (2020). *Página Inicial*. Retirado a 15 de Janeiro 2020, <https://www.pordata.pt>

Raj, R., Vignali, C. (2010). Creating Local Experiences of Cultural Tourism Through Sustainable Festivals. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 1(1). Retirado de https://www.researchgate.net/publication/258505986_Raj_R_Vignali_2010_Creating_Local_Experiences_of_Cultural_Tourism_through_Sustainable_Festivals_European_Journal_of_Tourism_Hospitality_and_Recreation_-_2010_-_Volume_I

Residência Felipe. (2019). *Alojamento*. Retirado a 21 de Novembro 2019, <https://residenciafilipe.com>

Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. 1ª ed. Wallingford: Cab International.

Richards, G., Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to serial reproduction of culture. *Tourism Management*. 27(6). 1209-1223. Retirado de https://www.researchgate.net/publication/223801574_Developing_Creativity_in_Tourist_Experiences_A_Solution_to_The_Serial_Reproduction_of_Culture. 10.1016/j.tourman.2005.06.002

Richards, G., Palmer, R. (2010). *Eventful Cities: Cultural Management and Urban Revitalisation*. UK: Elsevier Limited

Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impact of hallmark events. *Journal of Travel Research*. 23(1), 2-11. Retirado de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728758402300101>. doi.org/10.1177/004728758402300101

Rutty, M., Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2015). *The global effects and impacts of tourism: an overview*. In M. Hall, S. Gössling, & D. Scott (Eds.), *The Routledge Handbook of Tourism and Sustainability* (pp. 36–63). New York: Routledge

Smith, V. (1989). *Anfitriões e convidados. Antropología del Turismo*. Madrid: Endymion

- Solar de Alarcão. (2019). *Solar Alarcão*. Retirado a 19 de Dezembro 2019, <http://www.solardealarcao.pt>
- Stebbins, R. A. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of Tourism Research*. 23(4). 948-950. Retirado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016073839600028X>. doi.org/10.1016/0160-7383(96)00028-X
- Teatro Municipal da Guarda. (2017). *Teatro Municipal da Guarda*. Retirado a 25 de Novembro 2019, <https://www.tmg.com.pt>
- Teo, P., Yeoh, B.S.A. (1996). Remaking local heritage for tourism. *Annals of Tourism Research*. 24(1). 192-213. Retirado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738396000540>. doi.org/10.1016/S0160-7383(96)00054-0
- Terras da Beira. (2020). *Câmara da Guarda aprova equipa de projeto da Capital Europeia da Cultura 2027*. Retirado a 20 de Janeiro 2020, <https://terrasdabeira.gmpress.pt/camara-da-guarda-aprova-equipa-de-projecto-da-capital-europeia-cultura-2027/>
- Turismo do Centro. (2020). *Turismo do Centro*. Retirado a 15 de Janeiro 2020, <https://turismodocentro.pt>
- TV. (2012). Cultural Tourism Market Profile Year Ending June 2012. Melbourne: Tourism Victoria. Retirado de: <https://www.yumpu.com/en/document/read/27123849/cultural-tourism-market-profile-year-ending-june-tourism-victoria>
- Veal, A. J. (2006). *Research Methods for Leisure & Tourism: A Practical Guide-Financial Times Management*. 3ª edição. Harlow: Financial Times Prentice Hall
- Vieira, J. (2015). *Eventos e Turismo - Planeamento e Organização*. 1ª Edição. Lisboa: Sílabo
- Walle, A.H. (1995). Habits of thought and cultural tourism. *Annals of Tourism Research*. 23 (4). 874-890. Retirado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738395000186>. doi.org/10.1016/0160-7383(95)00018-6
- Whyte, B., Hood, T. and White, B. (eds). (2012). *Cultural and Heritage Tourism: A Handbook for Community Champions*. Ottawa: Federal Provincial Territorial Ministers of Culture and Heritage

APÊNDICES

Apêndice I - Descrição dos Eventos Desportivos

Os eventos sempre tiveram uma preponderância de relevo para o desenvolvimento em qualquer contexto. O desporto, em parceria com os eventos, tem vindo a ganhar uma nova dimensão, em função de como a presente sociedade dá valor ao entretenimento, à diversão e ao prazer (Sarmiento et al., 2011).

Nos dias de hoje, com a evolução da tecnologia e dos meios de comunicação, os eventos desportivos passaram a assumir uma dimensão considerável, alguns eventos inclusivamente tendo impacto em escala global (Sarmiento et al., 2011). Com o impacto global que os eventos desportivos têm, a prática desportiva ativa ou a participação passiva nestes mesmos eventos são uma das mais importantes atividades que estão englobadas na *entertainment industry* (Vieira, 2015).

Os eventos desportivos são eventos que detêm características únicas, mas que não se distanciam das características gerais de outros tipos de eventos. A dimensão de um evento é um fator principal para se proceder à sua caracterização (Sarmiento et al., 2011). Atualmente existe um conjunto enorme de modalidades desportivas cuja prática leva a um acontecimento com impacto expressivo em diversas áreas como o turismo e a economia. Os eventos desportivos atualmente conseguem ser presenciados por milhares de espetadores, como acontece nos eventos desportivos internacionais, nomeadamente os campeonatos internacionais ou os jogos olímpicos (Vieira, 2015).

A realização de megaeventos desportivos nas localidades gera efeitos consideráveis a nível económico, inclusive promovendo a criação de empregos. Os megaeventos geram efeitos na reconstrução urbana das localidades, possibilitando a construção de várias infraestruturas dedicadas à parte desportiva dos eventos, mas também de infraestruturas dedicadas à hotelaria e aos transportes. Exemplificando, o Qatar, onde se irá realizar o campeonato do Mundo de Futebol de 2022, será alvo de alterações para se tornar mais apto a receber novos fluxos de turistas, resultando também em diversas melhorias das condições de vida para os seus habitantes (Vieira, 2015).

Apêndice II - Descrição das Unidades Hoteleiras

Hotel Vanguarda

O Hotel Vanguarda está situado no centro da cidade, apresentando uma classificação de 3 estrelas e uma visão mais dedicada a turismo em negócios e em família. O hotel é composto por 82 quartos, 6 deles sendo suites. O hotel usufrui ainda de um restaurante e bar panorâmico no último andar. Coerente com a visão focada em turismo de negócios, o hotel dispõe também de salas de reuniões e conferências com capacidade para duzentas pessoas (Hotel Vanguarda, 2018).

Hotel Lusitânia

O Hotel Lusitânia está localizado na periferia da cidade, distanciado a cerca de 10 minutos de carro do centro histórico. O hotel possui uma classificação de 4 estrelas e conta com 63 quartos, 6 dos quais sendo suite, 3 suites juniores e 3 suites executivas. Os quartos contemplam uma vista para os jardins do hotel, para a piscina exterior e para a cidade da Guarda. O hotel possui ainda com uma piscina interior que faz parte do clube de bem-estar do hotel, adicionando ainda ginásio e campo de ténis. O hotel tem ao seu dispor o Natura Clube e spa que contém salas de massagem e esteticismo bem como salas de sauna húmida e seca e também de jacuzzi.

O Hotel Lusitânia é o primeiro hotel biológico em Portugal, integrando no seu espaço uma quinta orgânica e um jardim de flores, que serve de apoio ao restaurante. Estas propriedades permitem a confeção de pratos com os próprios produtos da horta e das árvores frutíferas (Hotel Lusitânia, 2018).

Hotel Santos

O Hotel Santos tem uma classificação de 3 estrelas, está situado no centro histórico da cidade da Guarda, perto de pontos turísticos de referência do município. A sua localização permite também um acesso facilitado ao comércio e aos restaurantes tradicionais. Esta unidade hoteleira contempla várias salas de estar com uma decoração rústica, oferecendo conforto para os seus hóspedes (Hotel Santos, 2013).

Hotel Pombeira

O Hotel Pombeira, tal como o Hotel Lusitânia, está situado na periferia da cidade da Guarda, distanciado a 5 quilómetros do centro. O Hotel tem uma classificação de 3 estrelas, 24 quartos e dispõem de um parque infantil e um terraço, zonas de descontração para os visitantes (Hotel Pombeira, 2018).

Residência Felipe

A Residência Felipe tem uma classificação de 3 estrelas. A unidade hoteleira dispõe de um total de quarenta quartos, uma sala de estar e serviço de restaurante e bar. A localização central é uma das vantagens da residência, permitindo aos seus hóspedes estarem no centro da cidade, podendo usufruir de passeios a pé em visita à cidade (Residência Felipe, 2019).

Pensão Aliança

A Pensão Aliança é um dos alojamentos mais antigos da cidade, inaugurado em 1964. A unidade hoteleira tem uma classificação de 3 estrelas e é composto por 27 quartos, incluindo as tipologias individuais, duplas e triplas. Relativamente a serviços, dispõe de um restaurante prestigiado que favorece o uso de produtos locais na preparação dos seus pratos (Pensão Aliança, 2019). Além disso, localizada no centro histórico, a pensão está a um passo do centro histórico e das atrações culturais da cidade.

Solar de Alarcão

O Solar de Alarcão foi construído em 1686, é um Turismo de Habitação que está localizado no centro da cidade em pleno centro histórico da cidade. O Solar de Alarcão dispõe de 5 quartos com pormenores decorativos para acolher os seus visitantes e de 3 salas de estar de diferentes características. O turismo de habitação conta com um anexo à casa denominado salão de chá-O Bule (Solar Alarcão, 2019).

Apêndice III - Descrição dos Eventos

Feira Ibérica do Turismo

A primeira edição da Feira Ibérica do Turismo realizou-se em 2014 e apresenta uma edição por ano até à presente data. Este evento realiza-se entre o fim do mês de Abril e o início do mês de Maio. O objetivo principal deste evento é a promoção do setor turístico ibérico, aumentando o intercâmbio transfronteiriço entre Portugal e Espanha. Esta feira permite estimular o relacionamento comercial das entidades presentes e também dos vários setores e segmentos da economia. Por último, a feira assenta no objetivo do desenvolvimento do território interior centro do país (Município da Guarda, 2019)

Guarda: A Cidade Natal

A Guarda é, desde 2015, palco do evento *Cidade Natal*, durante o mês de Dezembro. O evento decorre numa das maiores praças da cidade, repleta de diversões e animações para as famílias que visitam a cidade durante a época natalícia. Além disso, o município criou diversas atividades como o concurso de montras natalícias das lojas da cidade, a exposição de vitrais, a exposição de árvores de natal, a casa do duende e diversas animações de rua. O objetivo principal da *Cidade Natal* é promover a imagem da cidade na época natalícia e referenciar-se como um destino de turismo familiar durante esta quadra (Município da Guarda, 2019).

Alta Passagem de Ano

Para assinalar a celebração da passagem de ano, o município da Guarda decidiu desde 2016 oferecer um evento denominado *Alta Passagem de Ano*. A nomenclatura faz alusão ao facto de a cidade estar a cerca de 1000 metros de altitude, sendo considerada a mais alta de Portugal Continental. Para este evento, a Guarda tem convidado vários artistas de renome nacional, não só de forma a atrair mais visitantes à cidade, mas também para se tornar mais competitiva em relação a outras cidades (Município da Guarda, 2019).

GuardaFolia

A GuardaFolia é um evento de animação de Carnaval. O evento tem a duração de quatro dias contando com o desfile infantil de carnaval, as tabernas do entrudo, a fun run, o teatro de revista, stand-up comedy e para finalizar, no último dia, o desfile e o julgamento do galo. A primeira

edição da GuardaFolia ocorreu no ano de 2016 e desde então que a cidade se mascara sempre na altura do carnaval (Município da Guarda, 2019).

Verão em Alta

O Verão em Alta, novamente alusivo a uma das características da cidade, a altitude, decorre durante os meses da estação mais quente. Por estar situada no interior centro-norte do país, a cidade da Guarda tem características turísticas de inverno, dinamizando diversos eventos para combater a sazonalidade durante os restantes meses do ano. O Verão em Alta é um conjunto de eventos realizados durante os meses de maior calor, desde o ano de 2016. Na prática, a diversidade vai desde o *Festival de Blues* ao *Festival de Folclore*. Além disso, nos anos de 2017 e 2018 foi realizada a “Noite Branca”, um evento com música ao vivo numa das praças da cidade, onde convidava todos os participantes a vestirem-se de branco. O evento terminava com o *Sunset 1056*, nome dedicado ao local onde era realizado, o ponto mais alto da cidade que tem 1056 metros de altura (Município da Guarda, 2019).

Feira Farta

A Feira Farta é um evento que tem promovido e dinamizado as freguesias do município da Guarda. A Feira Farta teve a sua primeira edição em 2015 e desde então tem vindo a promover os produtores regionais até à presente data. Este evento tem como objetivo a valorização da economia regional através da comercialização dos produtos do território e ajudando na criação de ligações de colaboração entre vários agentes regionais e nacionais. (Município da Guarda, 2019).

Apêndice IV - Guiões das Entrevistas

a. Guião Entrevista Presidente da Câmara Municipal da Guarda

Guião da Entrevista

Apresentação:

O meu nome é Miguel Barroco de Abreu, sou aluno na Universidade Europeia, a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e da Hotelaria com a orientação da professora Inês Carvalho.

Introdução

O presente guião destina-se a orientar uma entrevista estruturada com o objetivo de estudar o impacto que os eventos culturais dinamizados na cidade da Guarda têm no turismo, em particular no setor da hotelaria.

A cultura é agora representada através de atividades culturais, sendo arte, música, dança, artesanato, museus, exposições, desporto, design criativo. Estas novas atividades culturais ajudam cada vez mais a perceber quais as estratégias das cidades diante da competição global e local (Zukin, 2004).

Objetivos deste estudo:

Compreender qual o objetivo aquando da realização dos eventos culturais no município;

Perceber se existe cooperação interinstitucional entre o município e as unidades hoteleiras;

Compreender se na ótica do município os eventos organizados têm impacto nas unidades hoteleiras e também na cidade;

Compreender quais os stakeholders envolvidos.

Tempo: 45 minutos.

Nota: Pede-se a autorização da gravação da entrevista unicamente para fins de recolha de dados para este estudo.

Questões de Referência

1. Da sua experiência, o investimento em eventos culturais é um plano definido antes da eleição ou ponderado apenas após a eleição?
2. No seguimento, qual a razão que levou ao investimento nos eventos culturais na Guarda?
3. Qual a principal razão de optarem maioritariamente por investimentos em eventos culturais?
4. Quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à cidade?
 - a. Qual o público-alvo definido para esses eventos?
 - b. Quem, na realidade, são os participantes nestes eventos?
5. Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade?
 - a. A nível económico
 - b. A nível de imagem da cidade
6. Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?
7. Considera existir alguma desvantagem na realização dos eventos culturais? Se sim, quais os principais visados?
8. Quais os stakeholders que estão envolvidos nos eventos?
9. Na sua ótica, qual a importância dos eventos para as unidades hoteleiras da cidade?
10. Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?
11. As unidades hoteleiras participam nas decisões dos eventos realizados? Existem parcerias com algumas unidades hoteleiras?
12. Considera que o investimento nos eventos culturais vai continuar? Haverá alguma área que se esteja a destacar para além dos eventos culturais?
13. Quais as barreiras que têm de ser ultrapassadas para haver maior desenvolvimento do turismo na cidade da Guarda? Será mais imperativo investir no aumento do número de eventos, atingindo um maior número de visitantes, ou diversificar a oferta?
14. Quais as alterações que podem vir a ter um impacto positivo nos eventos dinamizados na cidade?

- b. Guião Entrevista Assistente de Produção do Teatro Municipal da Guarda e Produtora Executiva de Eventos do Projeto de Intervenção Cultural

Guião da Entrevista

Apresentação:

O meu nome é Miguel Barroco de Abreu, sou aluno na Universidade Europeia, a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e da Hotelaria com a orientação da professora Inês Carvalho.

Introdução

O presente guião destina-se a orientar uma entrevista estruturada com o objetivo de estudar o impacto que os eventos culturais dinamizados na cidade da Guarda têm no turismo, em particular no setor da hotelaria.

A cultura é agora representada através de atividades culturais, sendo arte, música, dança, artesanato, museus, exposições, desporto, design criativo. Estas novas atividades culturais ajudam cada vez mais a perceber quais as estratégias das cidades diante da competição global e local (Zukin, 2004).

Objetivos deste estudo:

Compreender qual o objetivo aquando da realização dos eventos culturais no município;

Perceber se existe cooperação interinstitucional entre o município e as unidades hoteleiras;

Compreender se na ótica do município os eventos organizados têm impacto nas unidades hoteleiras e também na cidade;

Compreender quais os stakeholders envolvidos.

Tempo: 30 minutos.

Nota: Pede-se a autorização da gravação da entrevista unicamente para fins de recolha de dados para este estudo.

Questões de Referência

1. Qual o acontecimento/momento que levou ao interesse nos eventos culturais?
2. Qual a principal razão de optarem maioritariamente por investimentos em eventos culturais?
3. Quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à cidade?
 - a. Qual o público-alvo definido para esses eventos?
 - b. Quem, na realidade, são os participantes nestes eventos?
4. Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade?
 - c. A nível económico
 - d. A nível de imagem da cidade
5. Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?
6. Considera existir alguma desvantagem na realização dos eventos culturais? Se sim, quais os principais visados?
7. Quais os stakeholders que estão envolvidos nos eventos?
8. Na sua ótica, qual a importância dos eventos para as unidades hoteleiras da cidade?
9. Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e os organizadores na organização destes eventos?
10. As unidades hoteleiras participam nas decisões dos eventos realizados? Existem parcerias com algumas unidades hoteleiras?
11. Considera que o investimento nos eventos culturais vai continuar? Haverá alguma área que se esteja a destacar para além dos eventos culturais?
12. Quais as alterações que podem vir a ter um impacto positivo nos eventos dinamizados na cidade?

c. Guião Entrevista Unidades Hoteleiras

Guião da Entrevista

Apresentação:

O meu nome é Miguel Barroco de Abreu, sou aluno na Universidade Europeia, a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e da Hotelaria com a orientação da professora Inês Carvalho.

Introdução

O presente guião destina-se a orientar uma entrevista estruturada com o objetivo de estudar o impacto que os eventos culturais dinamizados na cidade da Guarda têm no turismo, em particular no setor da hotelaria.

A cultura é agora representada através de atividades culturais, sendo arte, música, dança, artesanato, museus, exposições, desporto, design criativo. Estas novas atividades culturais ajudam cada vez mais a perceber quais as estratégias das cidades diante da competição global e local (Zukin, 2004).

Objetivos deste estudo:

Compreender qual o nível de importância que as unidades hoteleiras atribuem aos eventos;

Perceber a importância dos turistas culturais na taxa de ocupação das unidades hoteleiras;

Compreender se os eventos ajudam a combater o fator da sazonalidade nas unidades hoteleiras;

Perceber se existe cooperação interinstitucional entre o município e as unidades hoteleiras;

Tempo: 15/20 minutos.

Nota: Pede-se a autorização da gravação da entrevista unicamente para fins de recolha de dados para este estudo.

Questões de Referência

1. Qual o tipo de turistas que ficam hospedados na sua unidade hoteleira?
 - a. Os turistas culturais fazem parte do seu público-alvo
 - b. Têm relevância na taxa de ocupação
2. Qual o meio de reserva que os clientes utilizam maioritariamente?
3. Na sua ótica, qual a importância dos eventos para a unidade hoteleira?
4. Desde os últimos 5 anos, quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à sua unidade hoteleira?
5. Com o aumento da frequência de eventos da cidade, houve alguma mudança nas estratégias de marketing para atrair mais turistas à sua unidade hoteleira?
6. Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade?
 - e. Aumento do número de dormidas
 - f. Combate da sazonalidade
7. Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?
8. Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?
9. A unidade hoteleira participa nas decisões dos eventos realizados? Existem parcerias com a sua unidade hoteleira?
10. Quais os maiores desafios que esta unidade hoteleira enfrenta na atração de novos clientes?

Apêndice V - Transcrições das Entrevistas

a. Entrevista Presidente da Câmara Municipal da Guarda

Dr. Carlos Chaves Monteiro

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o objetivo aquando da realização dos eventos culturais no município, perceber se existe cooperação interinstitucional entre o município e as unidades hoteleiras, compreender se na ótica do município os eventos organizados têm impacto nas unidades hoteleiras e também na cidade e compreender quais os stakeholders envolvidos.

Vou dar início às questões:

M- Da sua experiência, o investimento em eventos culturais é um plano definido antes da eleição ou ponderado apenas após a eleição?

E- Antes da eleição, quando nós nos apresentamos ao eleitorado já com um programa eleitoral onde a cultura é um eixo importante de desenvolvimento, por isso é preciso definir um conjunto de estratégias, de ações que visam atingir um determinado resultado, pelo trabalho que já havia sendo desenvolvido no âmbito da cultura era também por aí um foco importante do nosso programa eleitoral. Depois já quando eleitos aquilo que é um tema relevante para promover o desenvolvimento local ganha um grau de concretização mais forte. Nós há 6 anos não pensávamos em ser candidatos a capital europeia da cultura, porque também é preciso viver um determinado contexto, um conjunto de condições que nos permitam também ambicionar resultados maiores.

Ambas são verdadeiras, ou seja, já era um plano definido, mas após a eleição continuamos a trabalhar a cultura para aquilo que pode ser o desenvolvimento das pessoas, das comunidades locais e também hoje da economia.

M- No seguimento, qual a razão que levou ao investimento nos eventos culturais na Guarda?

E- Em prol da comunidade, do desenvolvimento, atração de pessoas, dinamismo económico. As pessoas também viajam, visitam por via da cultura e nós temos uma cultura que precisa de ser divulgada, aprofundada. No nosso entender a cultura deve ser acessível a todos.

M- Qual a principal razão de optarem maioritariamente por investimentos em eventos culturais?

E- A cultura é um elemento estratégico porque é acessível e nós queremos torná-la ainda mais acessível a todos e através da cultura vamos ao encontro de certas necessidades que nós consideramos fundamentais para o desenvolvimento. Pelo fator de inovação e diferenciação assim conseguimos atrair mais gente.

M- Quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à cidade? O público-alvo definido para esses eventos é quem na realidade participa nestes eventos?

E- Os culturais, o Simpósio de Arte Contemporânea, a Feira Farta, a Feira Ibérica do Turismo, a Cidade Natal.

Difere, o foco é sempre as pessoas que estão fora do território.

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? A nível económico e a nível de imagem da cidade?

E- Muito, aliás esses são até esses são até os focos daquilo que são muitos dos nossos eventos. Os eventos dão uma imagem da cidade, corporizam aquilo que nós somos e então as pessoas vêm porque veem aquilo que nós fazemos, o dinamismo que se faz nos territórios. E claro que ganha a economia, ganha a restauração, a hotelaria, o comércio local, ganham os agentes económicos com a participação no processo.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- Quem beneficia é a população, a comunidade porque a política é feita para a comunidade e dessa forma a política tem que apresentar à população projetos, ações que valorizem o bem comum.

M- Considera existir alguma desvantagem na realização dos eventos culturais?

E- Não, toda a capacidade de ação que nós tivermos tem sempre um retorno positivo.

M- Quais os stakeholders que estão envolvidos nos eventos?

E- Normalmente envolvemos a comunidade num seu todo, as freguesias, as associações culturais e desportivas. Na Feira Ibérica do Turismo estão envolvidos operadores do turismo locais, regionais e nacionais, também está a restauração presente. As nossas empresas do ramo automóvel, da logística também participam nos eventos. Há empresas multinacionais que utilizam apoios financeiros e logísticos. Queremos o maior número de envolvidos, não fazemos apenas para alguns, é o coletivo que ganha.

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para as unidades hoteleiras da cidade?

E- De extrema importância, as unidades hoteleiras criam as condições que nos possibilitam dar a comodidade àqueles que nos visitam. Se as unidades hoteleiras investem à espera de ter maior número de pessoas o município também tem a um papel determinante em criar essa atração para fazer com que as unidades hoteleiras possam ser dinamizadas

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?

E- Existe, nós temos acordos realizados com algumas unidades hoteleiras no sentido de potenciar algumas facilidades daquilo que são os custos daquilo que nós temos com os eventos.

Por vezes fica a ideia de que a comunicação poderia ser mais intensa naquilo que é o turismo na cidade, envolver as unidades nos projetos e ver até onde poderíamos ir mais longe.

M- As unidades hoteleiras participam nas decisões dos eventos realizados? Por exemplo se tem um feedback das várias unidades hoteleiras no verão, nós somos uma região com a sazonalidade mais forte durante o inverno, se elas incentivam à criação de eventos.

E- Não tenho muito o conhecimento das iniciativas das unidades hoteleiras depois em ligação com a câmara, o inverso acho que acontece mais, mas é uma boa ideia, um desafio, às vezes a perspetiva da realidade muda e isso pode dar um enquadramento diferente. A aproximação entre o município e as unidades hoteleiras deve ser algo a ser aprofundado e estudar em conjunto soluções.

M- Considera que o investimento nos eventos culturais vai continuar? Haverá alguma área que se esteja a destacar para além dos eventos culturais?

E- O investimento vai continuar na parte cultural, mas a ação social, a residência de estudantes a parte empresarial são muito importantes para nós também.

Sendo nós candidatos para capital europeia da cultura para 2027, a cultura tem sido um investimento maior do que aquele que tínhamos feito e por aí vamos aumentar ainda mais o investimento.

M- Quais as barreiras que têm de ser ultrapassadas para haver maior desenvolvimento do turismo na cidade da Guarda? Será mais imperativo investir no aumento do número de eventos, atingindo um maior número de visitantes, ou diversificar a oferta?

E- Mais diálogo, mais discussão específica sobre o desenvolvimento turístico do nosso território e esperar também iniciativas de parte a parte de forma a integrá-las em novos projetos que vão criar dinamismo económico, turístico.

M- O número de eventos culturais vai continuar juntamente com novas atrações turísticas para atrair ainda mais turistas à cidade?

E- Sim, sim é esse o objetivo. Os passadiços do Mondego são um grande projeto para ir ao encontro dessa ambição.

M- Quais as alterações que podem vir a ter um impacto positivo nos eventos dinamizados na cidade?

E- Os projetos que realizamos acreditamos neles mas não são estanques, estamos sempre dispostos a alterar aquilo que é a forma de fazer, adaptando isso a novas necessidades, temos de estar sempre alerta para tentar perceber quais são as dinâmicas esse interesse nos eventos para as alterações que forem feitas serem para melhor e não para pior.

b. Entrevista Produtora Executiva de Eventos do Programa de Intervenção Cultural, Animação e Associativismo

06/01/2020

Dr. Joana Malaca

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o objetivo aquando da realização dos eventos culturais no município, perceber se existe cooperação interinstitucional entre o município e as unidades hoteleiras, compreender se na ótica do município os eventos organizados têm impacto nas unidades hoteleiras e também na cidade e compreender quais os stakeholders envolvidos.

Vou dar início às questões:

M- Qual o acontecimento/ momento que levou ao interesse nos eventos culturais?

E- Acho que não houve um momento específico, houve uma necessidade, ou seja, todas as cidades tendo em conta os serviços que têm tendo em conta a hotelaria e a restauração têm necessidade de criar estratégias para que estes em épocas mais baixas do ano tenham uma maior taxa de ocupação. Para além do lazer que se proporciona aos próprios residentes da cidade, há essa necessidade de captação de novas pessoas na nossa cidade e de dar a conhecer a nossa cultura. Há uma necessidade que criar novas ofertas culturais quer para os residentes quer para os visitantes da cidade.

M- A principal razão do investimento em eventos culturais foi então a necessidade de ter novas pessoas e um desenvolvimento na cidade que estava parado?

E- Sim exatamente e projetarmos a nossa cidade a nível nacional, mostrarmos o potencial que a cidade tem de melhor.

M- Quais os eventos que na sua percepção atraem mais visitantes à cidade? O público-alvo para estes eventos é na mesma os participantes dos eventos ou difere?

E- A noite Branca, a Alta Passagem de ano, a Cidade Natal.

Difere.

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? A nível económico? A nível de imagem da cidade?

E- Sim, de todo a cem por cento.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- São os serviços locais, a economia local e também as pessoas que acabam por usufruir da realização dos eventos

M- Considera existir alguma desvantagem na realização dos eventos culturais? Se sim, quais os principais visados?

E- De uma forma geral, acho que as vantagens são superiores às desvantagens e isso reflete-se na parte prática e nos resultados.

M- Quais os stakeholders que estão envolvidos nos eventos?

E- Há cerca de 70 pessoas que vêm de fora só no evento da passagem de ano, são inúmeros os agentes que estão envolvidos.

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para as unidades hoteleiras da cidade?

E- Acho que são fundamentais neste momento e tendo em conta a realidade do interior e os seus problemas. A atração dos eventos é importante para os hotéis se manterem ocupados, terem rotatividade de pessoas porque se nós não tivermos nada acontecer aqui as pessoas vão embora.

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e os organizadores na organização destes eventos?

E- Sim, nós para além da publicidade de divulgação de um eventos e de reportarmos às unidade hoteleira para que eles também possam publicitar aos clientes e mostrar a oferta que a cidade

tem no momento em que as pessoas estão cá, normalmente nós até temos pacotes que fazemos com eles, nomeadamente o município sempre que há um grande evento temos protocolos com as unidades hoteleiras para as pessoas que trabalham connosco ficarem lá hospedadas. Existe essa boa comunicação e essa parceria do município e dos hotéis.

M- Considera que o investimento nos eventos culturais vai continuar? Haverá alguma área que se esteja a destacar para além dos eventos culturais?

E- Do conhecimento que tenho, é que sim que vamos continuar neste registo dos eventos culturais aliados sempre a outras áreas como a educação e o desporto.

M- Quais as alterações que podem vir a ter um impacto positivo nos eventos dinamizados na cidade?

E- Acho que para já e tendo em conta o nosso panorama não vale a pena mexer muito mais, porque no exemplo da passagem de ano, nós já não temos por onde crescer ali, há coisas efetivamente a melhorar em todos os eventos mas até é mais a nível interno, dos agentes locais, em termos de atratividade e de captação de pessoas acho que não há muito por onde crescer.

**c. Entrevista Assistente de Produção do Teatro Municipal e Coordenadora
Executiva do Programa de Intervenção Cultural, Animação e
Associativismo**

10/12/2019

Dr. Carla Morgado

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o objetivo aquando da realização dos eventos culturais no município, perceber se existe cooperação interinstitucional entre o município e as unidades hoteleiras, compreender se na ótica do município os eventos organizados têm impacto nas unidades hoteleiras e também na cidade e compreender quais os stakeholders envolvidos.

Vou dar início às questões:

M- Qual a principal razão de optarem maioritariamente por investimentos em eventos culturais?

E- No caso da Guarda, existe o Teatro Municipal que faz uma programação indoor, é uma programação dentro de portas, uma programação para determinados públicos. Os eventos de grande dimensão são realizados fora de portas que são organizados pelo setor Intercultural, Animação e Associativismo que é um setor do município que faz a programação de massas, para grande número de pessoas.

M- Quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à cidade? Qual o público-alvo definido para esses eventos? Quem, na realidade, são os participantes nestes eventos?

E- Pelas últimas experiências e pelo aumento do fluxo turístico da cidade da Guarda eu marcaria como os que trazem mais visitantes a Cidade Natal com a Alta Passagem de Ano, a GuardaFolia, a Feira Ibérica do Turismo.

O público-alvo principalmente são os habitantes da cidade, para os cidadãos uma cidade viva é mais atrativa e também o objetivo é atrair turistas, cada vez há turistas espanhóis a visitar a cidade aquando da realização destes eventos

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? A nível económico? A nível de imagem da cidade?

E- Claro que sim se não também não trabalharia nesta área. Os benefícios são bastantes, o sentimento de pertença e orgulho naquilo que a cidade oferece a quem passa por cá. O trabalho com as comunidades e o envolvimento nestes projetos é uma mais valia ao nível social para ultrapassar a questão da solidão dos idosos nas aldeias.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- Quem assiste aos eventos, porque cada evento é uma experiência. E nos grandes eventos quem beneficia é a cidade, há uma grande movimentação de pessoas.

M- Considera existir alguma desvantagem na realização dos eventos culturais? Se sim, quais os principais visados?

E- Não me parece. Muito pelo contrário vejo é benefícios com a realização dos eventos.

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para as unidades hoteleiras da cidade?

E- Durante a passagem de ano e o carnaval não há capacidade hoteleira para tanta gente, para tanta procura. É um impacto muito positivo para as unidades hoteleiras e penso que para a restauração também.

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e os organizadores na organização destes eventos?

E- Eu não lhe consigo responder perfeitamente a essa questão, mas penso que o turismo faz essa comunicação. Mas há exceção de eventos que proporcionam visitas de turistas de experiências e nesse contexto já realizámos a comunicação com as unidades sim.

M- As unidades hoteleiras participam nas decisões dos eventos realizados? Existem parcerias com algumas unidades hoteleiras?

E- Formalmente não mas aceitam-se parcerias e sugestões sempre por parte das unidades hoteleiras, o município da Guarda está sempre aberto a receber para essas questões.

M- Considera que o investimento nos eventos culturais vai continuar? Haverá alguma área que se esteja a destacar para além dos eventos culturais?

E- Eu acho que os eventos culturais vão continuar a ser um alvo, estamos a trabalhar numa candidatura a capital europeia da cultura e por isso será de todo o interesse continuar a haver o investimento na área da cultura e com o objetivo de estar sempre a melhorar.

Agora uma área onde eu considero que deveria haver uma grande aposta é no desporto, nos eventos desportivos, são muito importantes. Recordo-me o ano passado que houve a meia maratona da EDP e eram milhares de pessoas. Considero ser uma área ainda a ser explorada e deveria haver maior investimento.

M- Quais as alterações que podem vir a ter um impacto positivo nos eventos dinamizados na cidade?

E- As alterações passam um pouco pela pré-disposição das pessoas, a mentalidade ficará muito mais aberta por verem coisas diferentes. Acima de tudo no território, o envolvimento das comunidades é cada vez mais importante e fundamental para se quisermos preservar as nossas tradições, os nossos costumes. Continuando esta dinâmica e toda a envolvimento que se gera as pessoas estarão com outra disposição a participar cada vez mais nos eventos.

d. Entrevista Residencial Filipe

5/12/2019

Dr. Vítor Gonçalves

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o nível de importância que as unidades hoteleiras atribuem aos eventos, perceber a importância dos turistas culturais na taxa de ocupação das unidades hoteleiras, compreender se os eventos ajudam a combater o fator da sazonalidade e perceber se existe cooperação entre o município e as unidades hoteleiras.

Vou dar início às questões:

M- Qual é o tipo de turistas que ficam hospedados na sua unidade hoteleira?

E- Turista de passagem, o turista equivale a 10/15% na taxa de ocupação na minha unidade hoteleira.

M- Os turistas culturais fazem parte do seu público-alvo?

E- Não.

M- Se não fazem parte do seu público-alvo, não têm relevância na sua taxa de ocupação?

E- Não.

M- Qual o meio de reserva que os clientes utilizam maioritariamente?

E- Telefone.

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para a sua unidade hoteleira?

E- Bastante importante. Como referido ajuda a combater a sazonalidade. Quando há eventos nota-se o aumento de visitantes na cidade.

M- Desde os últimos 5 anos, quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à sua unidade hoteleira?

E- Os eventos desportivos são os que atraem mais visitantes.

M- Com o aumento de eventos na cidade, houve alguma mudança nas estratégias de marketing para atrair mais turistas à sua unidade hoteleira?

E- Não. Quando a qualidade aliada a um bom preço não é necessário procurar essas estratégias.

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? Com o aumento de dormidas? Combate da sazonalidade?

E- Sim, todas as atividades de menor ou maior dimensão são boas.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- A restauração e a hotelaria.

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?

E- O município trabalha bem, vai alternando as unidades hoteleiras com quem trabalha, deste modo consegue envolver todas as unidades hoteleiras.

M- A unidade hoteleira participa na decisão dos eventos realizados?

E- Não. De vez em quando um patrocínio e mais nada.

M- Quais os maiores desafios que esta unidade hoteleira enfrenta na atração de novos clientes?

E- Aposto num preço baixo de forma atrair os clientes.

e. Entrevista Hotel Lusitânia

12/12/2019

Dr. Bruno Pires

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o nível de importância que as unidades hoteleiras atribuem aos eventos, perceber a importância dos turistas culturais na taxa de ocupação das unidades hoteleiras, compreender se os eventos ajudam a combater o fator da sazonalidade e perceber se existe cooperação entre o município e as unidades hoteleiras.

Vou dar início às questões:

M- Qual é o tipo de turistas que ficam hospedados na sua unidade hoteleira?

E- Temos um público-alvo muito diversificado, temos nomeadamente clientes de vários pontos do país, temos também clientes estrangeiros que vêm de França, Inglaterra, Israel, China, ou seja, temos um leque vasto de público-alvo na nossa unidade hoteleira.

M- Os turistas culturais fazem parte do seu público-alvo?

E- Sim, 90% do nosso público-alvo são os turistas culturais.

M- Os turistas culturais têm relevância na sua taxa de ocupação?

E- Muita, temos um público-alvo de 85% que são turistas Israelitas.

M- Qual o meio de reserva que os clientes utilizam maioritariamente?

E- A título individual o turista utiliza maioritariamente as OTAs mas também temos clientes que chegam diretamente ao balcão.

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para a sua unidade hoteleira?

E- Têm algum peso, não muito, mas os eventos que são realizados são tidos em consideração no planeamento anual da organização da unidade hoteleira.

M- Desde os últimos 5 anos, quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à sua unidade hoteleira?

E- Na minha perceção os eventos realizados na cidade da Guarda são mais para a comunidade local que nós chamamos o mercado interno, sem ser um ao outro turista que aparece de vez em quando, é um nicho muito pequeno de procura.

M- Com o aumento de eventos na cidade, houve alguma mudança nas estratégias de marketing para atrair mais turistas à sua unidade hoteleira?

E- Não, não fazemos qualquer estratégia de marketing.

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? Com o aumento de dormidas? Combate da sazonalidade?

E- Para a cidade sim, para o comércio local onde se realizam os eventos. Nesta unidade hoteleira não aumenta o número de dormidas.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- Continuo a dizer que é o mercado local, o comércio, a restauração, as lojas situadas mais no centro da cidade.

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?

E- Existem parcerias, mas não comunicação com uma voz ativa nesses processos. Nós sabemos da realização dos eventos praticamente quando toda a comunidade sabe.

M- Quais os maiores desafios que esta unidade hoteleira enfrenta na atração de novos clientes?

E- A inexistência de oferta turística da cidade, temos um centro histórico reduzido, temos uma rede de judiarias que os turistas conseguem ver e visitar numa manhã, o turista que vem é de passagem só, não pernoita na cidade.

Na minha opinião falta muito a promoção da oferta turística, das paisagens, das rotas históricas. Agora vai haver a construção dos passadiços do Mondego vamos ver se conseguimos atrair mais o turista caminhante.

f. Entrevista Hotel Pombeira

11/12/2019

Dr. Domingos Pinto

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o nível de importância que as unidades hoteleiras atribuem aos eventos, perceber a importância dos turistas culturais na taxa de ocupação das unidades hoteleiras, compreender se os eventos ajudam a combater o fator da sazonalidade e perceber se existe cooperação entre o município e as unidades hoteleiras.

Vou dar início às questões:

M- Qual é o tipo de turistas que ficam hospedados na sua unidade hoteleira?

E- Todo o tipo de turistas. Desde o mercado corporate a todo o tipo de mercado. A Guarda como é uma cidade pequena não podemos apenas trabalhar com um mercado alvo.

M- Os turistas culturais fazem parte do seu público-alvo?

E- Fazem parte sim.

M- Têm relevância na sua taxa de ocupação?

E- Sim têm.

M- Qual o meio de reserva que os clientes utilizam maioritariamente?

E- As OTAs (Online Travel Agencies).

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para a sua unidade hoteleira?

E- Os eventos são sempre importantes, trazem sempre gente de fora para a cidade. Para a minha unidade hoteleira é sempre positivo.

M- Desde os últimos 5 anos, quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à sua unidade hoteleira?

E- O que evento que traz mais taxa de ocupação e mais rentabilidade à minha unidade hoteleira é a Feira Ibérica do Turismo.

M- Com o aumento de eventos na cidade, houve alguma mudança nas estratégias de marketing para atrair mais turistas à sua unidade hoteleira?

E- Sim, hoje em dia o marketing é uma coisa que o hotel faz e nunca pode deixar de fazer, mas hoje em dia os operadores e as otas já fazem esse processo por nós. O fator da localização é uma estratégia utilizada através de pontos de acesso a pontos turísticos fora da cidade e para o centro da cidade também é uma distância curta.

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? Com o aumento de dormidas? Combate da sazonalidade?

E- Os eventos são sempre bem-vindos a esta e a outra qualquer cidade. Aumenta o número de dormidas. Quanto à sazonalidade a autarquia devia olhar melhor para a situação, os eventos deviam ser realizados em alturas estratégicas. Apenas no Verão e durante os meses de Dezembro e Janeiro é quando os hotéis têm a maior taxa de ocupação e o maior pico de reservas, em Maio é combatido pela Feira Ibérica do Turismo, mas o resto dos meses a autarquia devia-se preocupar com a diminuição da taxa de ocupação das unidades hoteleiras.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- São as unidades hoteleiras quem beneficia mais com a realização dos eventos.

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?

E- Pela minha unidade hoteleira não.

M- A unidade hoteleira participa na decisão dos eventos realizados? Existem parcerias com a sua unidade hoteleira?

E- Não, mas atenção por iniciativa própria.

M- Quais os maiores desafios que esta unidade hoteleira enfrenta na atração de novos clientes?

E- Vamos apostar mais no lazer, cada vez mais os hotéis têm que dar mais ao cliente e é nesse âmbito que vamos ter que trabalhar. O hotel está em constante modernização e no meu entender este processo é fundamental. A política do hotel vai ter como base a inovação.

g. Entrevista Pensão Aliança

6/12/2019

Dr. Marco Rodrigues

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o nível de importância que as unidades hoteleiras atribuem aos eventos, perceber a importância dos turistas culturais na taxa de ocupação das unidades hoteleiras, compreender se os eventos ajudam a combater o fator da sazonalidade e perceber se existe cooperação entre o município e as unidades hoteleiras.

Vou dar início às questões:

M- Qual é o tipo de turistas que ficam hospedados na sua unidade hoteleira?

E- A nossa unidade hoteleira trabalha muito mais com o mercado corporate do que com o turismo. Não aceitamos reservas de agências de viagens que vêm com grupos devido à nossa dimensão ser reduzida, temos apenas 27 quartos.

M- Os turistas culturais fazem parte do seu público-alvo?

E- Claro, obviamente.

M- Têm relevância na sua taxa de ocupação?

E- Os turistas aumentam nos meses de Julho, Agosto e Dezembro, mas não têm muito impacto na taxa de ocupação.

M- Qual o meio de reserva que os clientes utilizam maioritariamente?

E- Plataforma Booking e a plataforma AirBnB são as nossas maiores fontes de turistas em comparação com o cliente ao balcão. O mercado corporate utiliza mais o nosso website e também o contacto telefónico.

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para a sua unidade hoteleira?

E- Houve um boom de eventos nos últimos anos e nota-se claramente uma maior procura do número de quartos nessas datas.

M- Desde os últimos 5 anos, quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à sua unidade hoteleira?

E- Feira Ibérica do Turismo, Cidade Natal, GuardaFolia.

M- Com o aumento de eventos na cidade, houve alguma mudança nas estratégias de marketing para atrair mais turistas à sua unidade hoteleira?

E- O nosso foco não vai muito de encontro ao turista, é mais o mercado corporate. Ainda assim há divulgações na nossa página de facebook e também no website pontualmente. Temos sempre o problema da nossa capacidade que não nos permite para muito mais e o investimento que deveria ser feito provavelmente não nos iria trazer o retorno esperado. Há sim uma maior publicitação em relação ao restaurante em comparação com a residencial, as capacidades são diferentes.

M- Da minha pesquisa, o vosso website é um dos mais desenvolvidos e atrativos das unidades hoteleiras da cidade, foi algo em que vocês apostaram como fator de diferenciação?

E- Sim, nós no final do ano passado candidatamo-nos a uma medida do compete do turismo 2020, que passava por reformular o website, dar uma nova imagem.

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? Com o aumento de dormidas? Combate da sazonalidade?

E- Sim, sem dúvida, não só na vertente comercial porque aumentamos o número de dormidas e de refeições servidas no restaurante, mas também para a cidade em si, vê-se muitas mais pessoas na rua, traz movimento à cidade.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- Julgo que serão sempre os habitantes da cidade, mas depois claro que o pequeno comércio que vende mais, a restauração e a hotelaria vão vender mais porque há mais procura. É benéfico para todos, traz mais alegria, traz melhor estar para a cidade.

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?

E- Que eu tenha conhecimento não.

M- Quais os maiores desafios que esta unidade hoteleira enfrenta na atração de novos clientes?

E- Para haver a atração de novos clientes nós temos que o caracterizar muito bem e temos de ter noção das nossas infraestruturas, dos nossos serviços antes de partirmos à procura do novo cliente. Nós somos uma residencial, temos 27 quartos, ficamos no centro da cidade com um edifício com 60 anos, sem elevador, recentemente remodelado, mas temos dificuldades nas acessibilidades e desta forma tentamos chegar a um público-alvo que prefira não ter elevador, mas que esteja no centro da cidade onde pode ir a pé para todo o lado. Através da nossa localização é onde apostamos mais, apostamos no turista que quer ficar no centro da cidade.

h. Entrevista Solar Alarcão

03/01/2020

Dr. Leonor Sousa

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o nível de importância que as unidades hoteleiras atribuem aos eventos, perceber a importância dos turistas culturais na taxa de ocupação das unidades hoteleiras, compreender se os eventos ajudam a combater o fator da sazonalidade e perceber se existe cooperação entre o município e as unidades hoteleiras.

Vou dar início às questões:

M- Qual é o tipo de turistas que ficam hospedados na sua unidade hoteleira?

E- São os turistas que vêm para conhecer a região, as aldeias históricas, conhecer a cultura da região, mas também temos turistas que vêm pelos eventos que são realizados na cidade.

M- Os turistas culturais fazem parte do seu público-alvo?

E- Sim, fazem. Os turistas culturais fazem grande parte da nossa taxa de ocupação.

M- Qual o meio de reserva que os clientes utilizam maioritariamente?

E- Utilizam maioritariamente o e-mail, mas também temos hóspedes que utilizam a plataforma booking e também o telefone.

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para a sua unidade hoteleira?

E- Tem importância, aumenta a nossa taxa de ocupação. Quando existem eventos nota-se uma maior procura.

M- Desde os últimos 5 anos, quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à sua unidade hoteleira?

E- Eventos Desportivos.

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? Com o aumento de dormidas? Combate da sazonalidade?

E- Sim há, lá está, faz com que o aumento do número de dormidas aumente, e ajuda a combater a sazonalidade.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- A comunidade local, o comércio local, a cidade em si.

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?

E- Por vezes, acontece, mas não é frequente.

M- A unidade hoteleira participa na decisão dos eventos realizados?

E- Não.

M- Quais os maiores desafios que esta unidade hoteleira enfrenta na atração de novos clientes?

E- O nosso cliente é um tipo de turista muito específico, que sabe aquilo que procura e a nossa limitação em termos de alojamento não nos permite apostar nesses desafios.

i. Entrevista Hotel Santos

04/01/2020

Dr. Carlos Santos

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o nível de importância que as unidades hoteleiras atribuem aos eventos, perceber a importância dos turistas culturais na taxa de ocupação das unidades hoteleiras, compreender se os eventos ajudam a combater o fator da sazonalidade e perceber se existe cooperação entre o município e as unidades hoteleiras.

Vou dar início às questões:

M- Qual é o tipo de turistas que ficam hospedados na sua unidade hoteleira?

E- Nacionais e internacionais.

M- Os turistas culturais fazem parte do seu público-alvo?

E- Embora o público-alvo seja todo o tipo de turista, os turistas culturais fazem parte também e temos uma aposta no turismo de religioso.

M- Têm relevância na sua taxa de ocupação?

E- Sim têm.

M- Qual o meio de reserva que os clientes utilizam maioritariamente?

E- Centrais de reserva online.

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para a sua unidade hoteleira?

E- É importantíssimo, tanto para os turistas visitarem a cidade como a organização dos eventos ajudar na dinamização da cidade.

M- Desde os últimos 5 anos, quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à sua unidade hoteleira?

E- A Cidade Natal, a Alta Passagem de Ano e a GuardaFolia.

M- Com o aumento de eventos na cidade, houve alguma mudança nas estratégias de marketing para atrair mais turistas à sua unidade hoteleira?

E- Não.

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? Com o aumento de dormidas? Combate da sazonalidade?

E- Sim, aumento o número de dormidas e ajuda um bocadinho no combate ao fator da sazonalidade.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- Toda a cidade, com a vinda de turistas à cidade o comércio, a restauração, a hotelaria beneficiam bastante.

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?

E- Apenas na divulgação.

M- A unidade hoteleira participa na decisão dos eventos realizados? Existem parcerias com a sua unidade hoteleira?

E- Temos parcerias com o município.

M- Quais os maiores desafios que esta unidade hoteleira enfrenta na atração de novos clientes?

E- A exposição que o hotel tem, se calhar haver uma maior divulgação do hotel.

j. Entrevista Hotel Vanguarda

12/12/2019

Dr. Bruno Pires

M- Entrevistador

E- Entrevistado

M- Bom dia, o meu nome é Miguel Abreu, estou a realizar a dissertação de mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria na Universidade Europeia e sou orientado pela professora Inês Carvalho.

Com esta entrevista os principais objetivos do estudo é compreender qual o nível de importância que as unidades hoteleiras atribuem aos eventos, perceber a importância dos turistas culturais na taxa de ocupação das unidades hoteleiras, compreender se os eventos ajudam a combater o fator da sazonalidade e perceber se existe cooperação entre o município e as unidades hoteleiras.

Vou dar início às questões:

M- Qual é o tipo de turistas que ficam hospedados na sua unidade hoteleira?

E- Temos um público-alvo muito diversificado, temos nomeadamente clientes de vários pontos do país, temos também clientes estrangeiros que vêm de França, Inglaterra, Israel, China, ou seja, temos um leque vasto de público-alvo na nossa unidade hoteleira.

M- Os turistas culturais fazem parte do seu público-alvo?

E- Sim, 90% do nosso público-alvo são os turistas culturais.

M- Os turistas culturais têm relevância na sua taxa de ocupação?

E- Muita, temos um público-alvo de 85% que são turistas Israelitas.

M- Qual o meio de reserva que os clientes utilizam maioritariamente?

E- A título individual o turista utiliza maioritariamente as OTAs mas também temos clientes que chegam diretamente ao balcão.

M- Na sua ótica, qual a importância dos eventos para a sua unidade hoteleira?

E- Têm algum peso, não muito, mas os eventos que são realizados são tidos em consideração no planeamento anual da organização da unidade hoteleira.

M- Desde os últimos 5 anos, quais os eventos que na sua perceção atraem mais visitantes à sua unidade hoteleira?

E- Na minha perceção os eventos realizados na cidade da Guarda são mais para a comunidade local que nós chamamos o mercado interno, sem ser um ao outro turista que aparece de vez em quando, é um nicho muito pequeno de procura.

M- Com o aumento de eventos na cidade, houve alguma mudança nas estratégias de marketing para atrair mais turistas à sua unidade hoteleira?

E- Não, não fazemos qualquer estratégia de marketing.

M- Considera existirem benefícios da realização de eventos culturais para a cidade? Com o aumento de dormidas? Combate da sazonalidade?

E- Para a cidade sim, para o comércio local onde se realizam os eventos. Sim, nesta unidade hoteleira como está mais situada no centro da cidade, os turistas optam por pernoitar, o que faz com que aumente o número de dormidas.

M- Na sua perspetiva, quem beneficia mais com a realização dos eventos?

E- Continuo a dizer que é o mercado local, o comércio, a restauração, as lojas situadas mais no centro da cidade

M- Existe algum tipo de comunicação entre as unidades hoteleiras e o município na organização destes eventos?

E- Existem parcerias, mas não comunicação com uma voz ativa nesses processos. Nós sabemos da realização dos eventos praticamente quando toda a comunidade sabe.

M- Quais os maiores desafios que esta unidade hoteleira enfrenta na atração de novos clientes?

E- A inexistência de oferta turística da cidade, temos um centro histórico reduzido, temos uma rede de Judiarias que os turistas conseguem ver e visitar numa manhã, o turista que vem é de passagem só, não pernoita na cidade.

Na minha opinião falta muito a promoção da oferta turística, das paisagens, das rotas históricas. Agora vai haver a construção dos Passadiços do Mondego vamos ver se conseguimos atrair mais o turista caminhante.